

**Elaboración de lineamientos para la gestión de las Indicaciones Geográficas en la
República Bolivariana de Venezuela. Análisis de casos.**

Abg. Asdrúbal Manuel Gómez Virgüez, CI. V-19.263.387.

Asesor: Esp. Zulay Poggi González.

Caracas, julio de 2022.



CARTA DE CONFIRMACIÓN DEL ASESOR

Quien suscribe, Zulay Poggi González, C.I. N° V-5.966.699, **APRUEBO EL TRABAJO ESPECIAL DE GRADO** presentado por el estudiante Asdrúbal Manuel Gómez Virgüez, C.I. N° V-19.263.387, cursante de la Especialización en Propiedad Intelectual (EPROI), en la realización del Trabajo Especial de Grado titulado “**Elaboración de lineamientos para la gestión de las Indicaciones Geográficas en la República Bolivariana de Venezuela. Análisis de casos**”, al cual me comprometí en orientar desde el punto de vista técnico y en reciprocidad el estudiante siguió los lineamientos y sugerencias que se le realizaron, de acuerdo con los requisitos exigidos por el Reglamento de Postgrado de la Universidad Monteávila.



Firma del Asesor

DATOS DEL ASESOR:

Nombre: Zulay Poggi González.

Cédula: V-5.966.699.

Teléfono: 0416-6147146.

E- mail: zulay.poggi@gmail.com

Comité de Estudios de Postgrado Especialización en Propiedad Intelectual

Quienes suscriben, profesores evaluadores nombrados por la Coordinación de la Especialización en Propiedad Intelectual de la Universidad Monteávila, para evaluar el Trabajo Especial de Grado titulado: “**Elaboración de lineamientos para la gestión de las Indicaciones Geográficas en la República Bolivariana de Venezuela. Análisis de casos**”, presentado por el ciudadano: Gómez Virgüez, Asdrúbal Manuel, cédula de identidad N° V- 19.263.387, para optar al título de Especialista en Propiedad Intelectual, dejan constancia de lo siguiente:

1. Su presentación se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el día **14 de julio de 2022**, de forma virtual según las herramientas tecnológicas destinadas para este fin por la Universidad.
2. La presentación consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de su autor, en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por los profesores evaluadores, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la presentación del citado trabajo, los profesores evaluadores en vista del aporte en el levantamiento y análisis de la información en esta área, decidieron otorgar la calificación de Aprobado “A” por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.

Acta que se expide en Caracas, el día 14 del mes de julio de 2022.



Prof. Zulay Poggi
C.I. 5.966.699



Prof. Concetta Esposito
C.I. 5.205.890



Prof. Amira Cabrera
C.I. 6.558.098

Dedicatoria

A Asdrúbal Manuel Gómez Carrillo y Miguel García

por apoyarme siempre desde el cielo.

Agradecimientos

A Virginia Guillén
por creer en mí y apoyarme.

A Amado Carrillo, Karianny Giangregorio, Nilrosáí Péres y Paola Hernández.
Por motivarme a ser mejor y a crecer.

A Erika Méndez, Vanessa Navarro, Indira García, Clary Muñoz y María Mercedes Morales.
Por su amistad.

A las profesoras Zulay Poggi y Raizabel Méndez.
Por su acompañamiento y asesorías.

A mis compañeros y profesores de la
Especialización de Propiedad Intelectual de la Universidad Monteávila.

**Elaboración de lineamientos para la gestión de las Indicaciones Geográficas en la
República Bolivariana de Venezuela. Análisis de casos.**

Autor: Gómez Virgüez, Asdrúbal Manuel
Asesor: Esp. Zulay Poggi González
Año: 2022

RESUMEN

La presente investigación tiene como objeto de estudio, el diseño de lineamientos para el desarrollo de las Indicaciones Geográficas. En vista del gran potencial que tiene Venezuela en cuanto a su riqueza agrícola, cultural, y gastronómica, las Indicaciones Geográficas podrían funcionar como un motor para el desarrollo económico en diversas regiones de la geografía nacional. Entre otros factores, por la salida de la Comunidad Andina, el país frenó el otorgamiento de Indicaciones Geográficas, sin embargo, en la actualidad esa situación ha cambiado con la aplicación directa del tratado sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual en el Comercio (ADPIC) por parte del Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual. A partir de esta nueva realidad, es importante orientar a los productores para el desarrollo efectivo de las IG que se otorguen en el futuro, pues las mismas no son fórmulas mágicas de éxito, sino que requieren dedicación, esfuerzo y organización, que bien podemos aprender de experiencias previas. Para ello, la propuesta es elaborar un Manual de Buenas Prácticas que sirva como guía y permita transmitir conocimientos de experiencias tanto nacionales como internacionales en el ejercicio del uso de las IG.

Palabras clave: [Signos, Indicaciones Geográficas, Consejo Regulador, Buenas Prácticas]

Preparation of Guidelines for the Management of the Geographical Indications in the Bolivarian Republic of Venezuela, analysis of cases.

ABSTRACT

This investigation will have as object of study, the determination of useful and necessary guidelines for the positive development of Geographical Indications. Given the great potential that Venezuela has in terms of its cultural and gastronomic wealth, the Geographical Indications could function as an engine for economic development in various regions of the national geography. Among other factors, due to the departure of the Andean Community, the country stopped the granting of Geographical Indications, however, currently this situation has changed with the direct application of the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights in Trade (TRIPS) by the Autonomous Intellectual Property Service. With this good news, it is necessary to guide the producers for the positive development of the GIs that are granted in the future, since they aren't magic formulas for success, but rather require dedication, effort and organization, which we can well learn from previous experiences. For this, the proposal is to develop a Manual of Good Practices that serves as a guide and allows the transmission of knowledge from both national and international experiences in the exercise of the use of IGs.

Key words: Signs, Geographical Indications, Regulatory Counsel, Good Practices.

Índice de Contenido

CARTA DE CONFIRMACIÓN DEL ASESOR.....	ii
Carta de Aprobación del Trabajo Especial de Grado.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
Índice de Contenido.....	viii
Índice de Figuras.....	xiv
Índice de Tablas.....	xv
Lista de Acrónimos y Siglas.....	xvi
Introducción.....	1
Capítulo I. El Problema.....	4
Planteamiento del Problema.....	4
Objetivo General.....	6
Objetivos Específicos.....	7
Justificación e Importancia.....	7
Alcance y Delimitación del Trabajo.....	8
Capítulo II. Marco Teórico.....	9
Antecedentes.....	9
Bases Teóricas.....	11

Consideraciones Generales sobre las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas y su Regulación.....	11
Convenio de la Unión de París (1883).....	11
Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos (1891).....	14
Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (1958).....	16
Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas.....	18
Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).....	18
Consideraciones sobre los Conceptos de Indicaciones de Procedencia, Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.....	22
Las Denominaciones de Origen (DO).....	22
Las Indicaciones Geográficas (IG).....	23
Las Indicaciones de Procedencia (IP)	24
Diferencias entre IP, DO e IG.....	26
Funciones de las IG como signos distintivos.....	28
Función indicativa de la procedencia geográfica.....	28
Función indicativa de la calidad del producto.....	28

Función condensadora del goodwill.....	28
Función publicitaria.....	29
El Terroir.....	30
El Consejo Regulador.....	30
Funciones del Consejo Regulador.....	32
Lineamiento	32
Criterios para el Desarrollo Positivo de una IG: Estudios de las DO Ron de Venezuela, Pisco de Perú y Café Marcala.....	32
La Situación Actual de las IG en Venezuela.....	34
Procedimiento para el Reconocimiento de las IG en Venezuela.....	35
Capítulo III. Marco Metodológico.....	38
Línea de Investigación.....	38
Tipo de Investigación.....	38
Diseño de Investigación y Metodología.....	38
Técnicas y Herramientas de Recolección y Procesamiento de los Datos.....	39
Análisis Documental.....	39
Análisis Comparado.....	39
Entrevista semi-estructuradas.....	39
Matriz de Información o Cuadros Comparativos.....	39
Cuadro Comparativo de IP, DO E IG.....	40
Cuadro Comparativo de DO Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala.....	40

Cuadro Comparativo de IG y Marcas Colectivas.....	41
Cuadro Comparativo Posiciones de Entrevistados y Autores con relación a Aspectos específicos para el uso de IG.....	41
Capítulo IV. Resultados.....	42
Cuadro Comparativo de DO Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala.....	42
Características de cada Caso.....	44
Pisco de Perú.....	44
Factores Naturales.....	45
Factores Humanos.....	46
Conflicto con Chile.....	46
Protección Internacional.....	47
Gestión.....	47
Consejo Regulador.....	48
Mercadeo.....	49
Do Café Marcala.....	50
Elementos de la DO Café Marcala.....	52
Factores Naturales.....	52
Factor Humano.....	52
Producto.....	52
Experiencia del CR en el Desarrollo de la DO Café Marcala.....	52
Componente Técnico.....	53

Componente Legal.....	54
Componente Comercial.....	56
Componente Organizativo.....	56
Ron de Venezuela.....	58
Factores Naturales.....	60
Factores Humanos.....	60
Consejo Regulador.....	61
Mercadeo.....	61
Calidad.....	62
Protección Jurídica.....	64
Actualización de la DO Ron de Venezuela.....	64
Capítulo V. Propuesta: Lineamientos para el Uso de las IG en la República Bolivariana de Venezuela.....	65
Introducción.....	65
Objetivo de la Propuesta.....	65
Elementos Considerados.....	65
Objeto de la Indicación Geográfica Artesanal o Industrial	68
La Industrialización puede ser un Problema para las Indicaciones Geográficas.....	68
Delimitación Adecuada de la Zona Geográfica.....	69
Estrategias para la Protección Internacional de la Indicación Geográfica.....	70

La Relación de la Indicación Geográfica con el Estado.....	71
Experiencia Previa a la Indicación Geográfica.....	73
Turismo e Indicaciones Geográficas.....	77
Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones.....	81
Referencias.....	84
Apéndice.....	92

Índice de Figuras

Figura 1. Imagen de la Denominación de Origen Café Marcala.....	50
Figura 2. Imagen de la Denominación de Origen Ron de Venezuela.....	58

Índice de Tablas

Tabla 1. Diferencias entre Indicación de Procedencia, Denominación de Origen e Indicación Geográfica.....	27
Tabla 2. Instrumento de recolección: Diferencias entre IP, DO e IG.....	40
Tabla 3. Instrumento de recolección: DO Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala.	40
Tabla 4. Instrumento de recolección: Indicaciones Geográficas y marcas colectivas.....	41
Tabla 5. Instrumento de recolección: Posiciones de Entrevistados y Autores con relación a Aspectos Específicos para el uso de IG.....	41
Tabla 6. Análisis de DO Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala.....	42
Tabla 7. Lineamientos Identificados a partir de las Entrevistas y Estudios de Casos de Éxito.....	67
Tabla 8. Estudio Comparativo de las IG y Marcas Colectivas en el marco de los Lineamientos Propuestos.....	75
Tabla 9. Lineamientos y Recomendaciones.....	80

Lista de Acrónimos y Siglas

ADPIC	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.
ALDO	Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional.
AMIP	Arreglo de Madrid Relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos.
CAN	Comunidad Andina creada a partir del Acuerdo de Integración Subregional o Acuerdo de Cartagena.
CRBV	Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 36.860.
CUP	Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.
DO	Denominaciones de Origen
DOC	Denominación de Origen Controlado.
FONPROVEN	Fondo de Promoción del Ron de Venezuela.
LOPA	Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos, publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 2.818

del 1 de julio de 1981.

LPI	Ley de Propiedad Industrial, publicada en la Gaceta Oficial de la República N° 24.873 del 14 de octubre de 1955.
IG	Indicaciones Geográficas.
IP	Indicaciones de Procedencia.
OIV	Organización Internacional del Vino.
OMC	Organización Mundial del Comercio.
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.
SAPI	Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual de la República Bolivariana de Venezuela.
UE	Unión Europea

Introducción

El sistema de Propiedad Intelectual está diseñado para proteger los bienes intangibles producto del ingenio. En el desarrollo histórico de este sistema se estableció una división del mismo en dos grandes ramas: el Derecho de Autor, por un lado, cuyo fin es la protección de obras literarias, artísticas y científicas; y por el otro la Propiedad Industrial, que contiene dentro de su objeto de protección bienes intangibles como las invenciones, los diseños industriales, los esquemas de circuitos integrados y diversos tipos de signos distintivos (OMPI, 2016). Es en esta última categoría de bienes intangibles están ubicadas las Indicaciones Geográficas (IG).

La vinculación de nombres para identificar un producto con su origen tiene referencias milenarias. Por ejemplo, en la Biblia, se menciona la madera de cedro del Líbano y el vino de Engaddi, entre otros (Blanco, S, 2027).

Las IG representan un factor importante para el desarrollo de regiones o lugares donde se generan productos cuya relación con el territorio va más allá de la mera fabricación o producción. En ese sentido, de la vinculación entre producto y origen deriva su reputación, o ciertas características que lo hacen único.

Por ejemplo, en Europa las IG juegan un papel muy importante para la economía. Para el año 2017 existían más de 3.207 IG reconocidas que representan en ventas un valor de alrededor de 75.000 millones de euros (Comisión Europea, 2020).

Mientras que, en regiones como Latinoamérica, la introducción al sistema de IG es más reciente, y poco a poco se han ido introduciendo IG para resaltar productos artesanales como es el caso de México y Perú, productos agrícolas como Brasil. Chile, Venezuela, Colombia, El Salvador, Argentina, entre otros.

Impulsar el sistema de IG en Venezuela, representa una gran oportunidad, para lo cual es importante fortalecer las capacidades de los productores, los consejos reguladores y contar con el apoyo del estado.

Este trabajo de investigación, está orientado a determinar buenas prácticas en el manejo de las IG, para que puedan adoptarse en Venezuela, se encuentra dividido en seis capítulos:

En el Capítulo I se identifica el problema, lo cual comprende el planteamiento del problema de la investigación, los objetivos generales y específicos, la justificación e importancia y, finalmente, la determinación del alcance y delimitación del análisis realizado.

En el Capítulo II, se desarrolla el referencial teórico que sustenta la investigación, el cual abarca los antecedentes, las bases teóricas y las bases legales. Por ende, se realiza un estudio general y diferencial sobre las Indicaciones de Procedencia, las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas, y se indaga sobre sus conceptos generales y regulación.

El Capítulo III enuncia las herramientas metodológicas que fueron empleadas para el desarrollo de la presente investigación. En este caso, se identifican la línea, el tipo y diseño de investigación, así como los instrumentos de entrevistas semi-estructuradas y matriz de información o cuadros comparativos.

En el Capítulo IV referente al análisis de los casos de IG exitosas, así como los resultados de la aplicación del instrumento de las entrevistas semi-estructuradas como técnica de recolección de información, correspondió al análisis de cada una de las entrevistas realizadas y a la comparación de los casos de éxito objeto de investigación.

El Capítulo V concierne al Desarrollo de la Propuesta, en el cual se plantea una serie de lineamientos en base al análisis de casos de desarrollo positivo y cómo pueden ser precursores del impulso para la solicitud y obtención de una IG en Venezuela.

Por último, en el Capítulo VI se establecen las conclusiones finales y las recomendaciones del autor, es decir, a partir de todo el camino recorrido en los capítulos anteriores, el autor refleja el resultado de los objetivos específicos propuestos en el capítulo I.

Capítulo I

El Problema

Planteamiento del Problema

La definición de Indicación Geográfica (IG) para la Unión Europea, donde se originaron las IG en el mundo, de acuerdo al Reglamento de la Unión Europea (UE) N°1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, del 21 de noviembre de 2012, es el siguiente:

Art. 5.2: A los efectos del presente Reglamento, se entenderá por «indicación geográfica» **un nombre que identifica un producto: a) originario de un lugar determinado**, una región o un país, b) que posea una **calidad determinada, una reputación u otra característica** que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico, y c) de cuyas fases de producción, **una al menos** tenga lugar en la zona geográfica definida. (p. 343/8). (Resaltado por el autor).

Este concepto resalta que el producto posee unas características de calidad, así como una reputación particular, atribuidas a la zona geográfica.

Ahora bien, la gestión de una indicación geográfica depende de muchos factores, las políticas del Estado, la organización de los productores, la aplicación de normas de calidad, el reglamento de uso y el consejo regulador. Debido a esto, se requiere el establecimiento de estrategias desde el punto de vista legal y económico para conseguir el éxito de estos signos distintivos. En ese sentido, si no existe una adecuada gestión de la IG, es difícil lograr beneficios para todos los actores.

En el caso de Venezuela, se conjugan muchos factores para las IG. La existencia de regiones muy diversas con climas y relieves distintos en las cuales se producen distintos tipos de alimentos, bebidas espirituosas y artesanías con una suma de rasgos suficientes como para

ser objetos de protección de IG.

Por ejemplo, en la región centro occidental del país se produce una bebida espirituosa llamada Cocuy, tradicionalmente producida en los estados Lara y Falcón. Básicamente el Cocuy es producto de un legado milenario, la planta *agave cocui*, que ha sido utilizada por distintos pueblos indígenas de la región como los Caquetíos o los Jhirajara. Seguidamente, al proceso de obtención de esta bebida, se le incorporó tecnología en su proceso de fabricación proveniente de la destilación (Díaz, Yépez y Gotopo, 2018). De hecho, entre las IG reconocidas por el Estado venezolano, se encuentra la DO Cocuy de Pecaya y la IG Cocuy Larense.

Por lo tanto, existen productos que conjugan una serie de factores como la tradición, las condiciones climáticas de la región y la creación de un *know how* procedimental con mínimos de calidad óptimos que pueden optar por el reconocimiento de una IG.

Es importante resaltar que la introducción del sistema de IG en Venezuela, ha sido afectada por diversos factores, al igual que todo el sistema de propiedad industrial desde el retiro de Venezuela de la Comunidad Andina (CAN), y por lo tanto la desaplicación de la Decisión 486 que es el Régimen Común de la Propiedad Industrial para los países andinos ocurrida a partir del 19 de noviembre del 2006 (Olivero, W. 2013). La regulación de las IG fue ausente, o al menos confusa hasta la aplicación del ADPIC en Venezuela a partir del Aviso Oficial No. DG-09-2020 del Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual (SAPI) donde se anunció la aplicación directa del ADPIC.

En ese sentido, la Ley de Propiedad Industrial venezolana vigente (LPI, 1955) no hace mención a las IG, por lo que su reconocimiento se estancó desde el mencionado retiro de la CAN y la aplicación de la LPI. Sin embargo, en octubre del año 2020 el Aviso Oficial No. DG-09-2020 del Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual (SAPI) anunció la aplicación directa del ADPIC. Este instrumento, a diferencia de la Decisión 486 que reconoce las DO, tiene normas que regulan

las IG, lo que dio pie a la publicación del Aviso Oficial DRPI-AO-No. 19 del 18 de diciembre de 2020, en donde se establecen los requisitos para el reconocimiento de las IG en Venezuela.

Por otro lado, existen debilidades tanto en la solicitud como en la implementación de las IG en Venezuela. por parte de las asociaciones de productores. El camino para el reconocimiento y mejor uso de las IG se podría fortalecer a través de la creación de unos lineamientos derivados de experiencias previas de IG exitosas. A partir de ello, las dudas básicas acerca de las IG podrían ser contestadas y los productores podrían tener una base sólida sobre la cuál trabajar.

En consecuencia, los lineamientos que se proponen en el presente trabajo. podrían contribuir a mejorar los procesos de gestión de IG, a través de las experiencias nacionales como el caso de la DO Ron de Venezuela e internacionales como Café Marcala; de esta manera, los productores autorizados para el uso de IG en nuestro país podrían obtener el conocimiento de una serie de prácticas en materia jurídica y económica, que ayudarían al desarrollo del uso de dicha IG, con el fin de que sea efectiva o exitosa.

Es por ello que el análisis aquí presentado, se refiere a la revisión de normas vigentes y aplicables en la materia en Venezuela, la aplicación de entrevistas a expertos en la materia. aunado a la revisión de experiencias de éxito sobre denominaciones de origen nacionales e internacionales.

Este análisis nos permitió determinar ¿Cuál es la situación de Venezuela en relación a las IG? ¿Qué buenas prácticas en materia legal han influido en el desarrollo positivo de las Indicaciones Geográficas?; ¿qué elementos de desarrollo positivo pueden incidir en las IG?

Objetivos

Objetivo General

Elaborar lineamientos de buenas prácticas para la implementación o uso de las Indicaciones

Geográficas en Venezuela, a partir de estudios de casos: Pisco (Perú), Café Marcala (Honduras) y Ron de Venezuela.

Objetivos Específicos

- Analizar cuál es la situación de Venezuela en relación al sistema de IG a partir de un estudio documental con la finalidad de establecer el contexto normativo de esta figura jurídica en el país.
- Identificar buenas prácticas de IG a través de la opinión de expertos.
- Determinar cuáles han sido las buenas prácticas llevadas a cabo por los casos de Pisco (Perú), Café Marcala (Honduras) y Ron de Venezuela a través de un estudio comparado.

Justificación e Importancia

El desarrollo de este trabajo tendrá incidencia en los actores relacionados con las futuras IG que se otorguen en Venezuela, pues a partir de la decisión del SAPI de aplicar directamente el tratado del ADPIC, el Estado venezolano comenzará de nuevo a reconocer IG, cubriendo tal vez una deuda de más de 15 años para con las asociaciones de productores del país.

Es por ello que generará bases para dichos productores organizados que quieran solicitar el reconocimiento de una IG sobre cualquier producto que cumpla con las condiciones que exige el procedimiento publicado en el aviso oficial AO DRPI-AO-N° 2020 del SAPI, de fecha 18/12/2020. Además, luego del reconocimiento de la IG y otorgada la autorización de uso, los lineamientos producto de este trabajo ayudarán al funcionamiento, y de esta manera sea más probable un ejercicio efectivo y correcto del uso de las IG. Asimismo, esta investigación podrá utilizarse como referencia para estudios futuros que versen sobre el tema.

A diferencia de las marcas comerciales, estos signos distintivos tienen la particularidad

de perseguir un interés público, pues no es sólo el éxito de una sociedad mercantil lo que está en juego, sino el de una región entera. A partir de una IG exitosa se puede transformar la región donde se produce, tiene incidencia desde el aumento del turismo, hasta el ritmo de creación de empleos. Es por ello que la presente investigación podría colaborar en reforzar el sistema de IG en el país.

Alcance y Delimitación del Trabajo

Este estudio se enmarca en el área de Propiedad Intelectual, y, específicamente dentro de los Signos Distintivos, a las IG. Asimismo, se encuentra delimitado específicamente al régimen jurídico aplicable y vigente en la República Bolivariana de Venezuela y los tratados internacionales relacionados con la materia. A los fines de alcanzar los objetivos propuestos, la investigación se encontrará limitada al estudio de IG reconocidas que cuentan con una trayectoria específica de desarrollo, las cuales son: Pisco (Perú), Café Marcala (Honduras) y Ron de Venezuela, sin menoscabo de las menciones eventuales de carácter explicativo o ejemplificativo que puedan ser realizadas por el autor del presente trabajo para brindar contexto a la temática tratada.

Capítulo II

Marco Teórico.

Antecedentes

En el presente trabajo se presentan varias opiniones

Blanco Santiago, Y. (2017), señala que *La protección de las indicaciones geográficas en el comercio internacional: recepción y efectividad en el ordenamiento jurídico puertorriqueño*. [Tesis para optar al grado de doctor, Universidad Complutense de Madrid].

Este trabajo consiste en un estudio comparado, donde el autor analiza la protección de las indicaciones geográficas en Puerto Rico, partiendo de la ausencia de un consenso internacional sobre su tratamiento. En ese sentido, el análisis resulta de la comparación de las normas establecidas por la Unión Europea y los Estados Unidos de América, de esta manera el autor propone una perspectiva mucho más amplia sobre el tratamiento de las obligaciones de ambas jurisdicciones asumidas en tratados internacionales que por supuesto influyen en el comercio internacional.

Gotschlich Vázquez, C. y Valverde Bórquez, F. (2011) *Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen: régimen contractual de los beneficiarios con una indicación geográfica o denominación de origen y las ventajas que trae consigo el sometimiento a un régimen contractual organizado*. [Tesis de Grado, Universidad de Chile].

Los autores, tomando en cuenta la ausencia de trabajos sobre el régimen de las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen, a lo que se suma la trascendencia adquirida de las mismas a partir del ADPIC, consideran las ventajas y desventajas que puede traer para los productores, el reconocimiento de una IG o una DO en Chile. En el trabajo, los

autores ahondan en la relación contractual que se origina a partir del reconocimiento antes mencionado.

Los autores concluyeron entre otros puntos: 1.- que las IG son un género, y que las DO forman parte de estas como especie. 2.- La influencia histórica de las IG en la sociedad. 3.- El reconocimiento de distintas teorías sobre las IG y DO, de acuerdo al territorio de estudio, y la identificación de las teorías predominantes en Chile. 4.- La comprensión de las características de los bienes objetos de protección de la propiedad Industrial. 5.- Determinaron la relación que existe entre las IG y las marcas, resaltando que el ordenamiento chileno permite la coexistencia de ambas instituciones. 6.- Identificaron que el Estado reconoce estos derechos para proteger la buena fe de los consumidores, la protección de la libre competencia y el interés de los productores. 7.- Se determinó la importancia de los acuerdos internacionales, en especial del ADPIC.

Nudman Almazan, V. (2007). Protección Internacional de la Denominación de Origen Pisco Chileno. De la controversia con Perú, y en particular del Arreglo de Lisboa y la inscripción del Pisco peruano en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. [Tesis para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad de Chile].

En este trabajo la autora examinó a fondo la controversia entre Perú y Chile sobre la titularidad del Pisco como Denominación de Origen, derivando en algunas posibles soluciones para el conflicto. Utilizó los métodos de investigación de análisis y síntesis, el histórico, comparativo, deductivo y exegético. Dentro de sus conclusiones, la autora propone que, desde un punto de vista utilitario, encontrar una solución al conflicto sobre el pisco para que ambos países trabajen en conjunto, podría traer beneficios importantes.

Bases Teóricas

Consideraciones Generales sobre las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas y su Regulación.

El ADPIC define a las IG de la siguiente forma:

Art. 22.1 A los efectos de lo dispuesto en el presente Acuerdo, indicaciones geográficas son las 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. (p. 350) (Subrayado por el autor).

En consecuencia, estos signos distinguen un producto a partir del origen del mismo, y de las características especiales que pueda tener a partir de esa vinculación con el lugar donde se produce.

El fundamento del sistema de IG está basado en convenios internacionales de distinta data, siendo los más importantes los siguientes:

- 1.- Convenio de la Unión de París (1883).
- 2.- Arreglo de Madrid (1891).
- 3.- Arreglo de Lisboa (1958).
- 4.- ADPIC (1995).

Convenio de la Unión de París (1883).

El Convenio de la Unión de París (CUP) es el acuerdo internacional que sirve de marco para la regulación de la Propiedad Industrial en los ordenamientos jurídicos de los Estados

miembros. Fue firmado en 1883 y entró en vigor en 1884 luego del depósito de los instrumentos de ratificación de los 11 Estados que inicialmente conformaron la Unión de París (Bodenhausen, 1969). Además, es la base para el desarrollo del resto de los tratados enunciados *ut supra*.

El CUP fue revisado en seis ocasiones: En Bruselas (1900); Washington (1911), La Haya (1925), Londres (1934), Lisboa (1958) y Estocolmo (1967). Además, fue enmendado en el año 1979. Actualmente lo conforman 179 Estados contratantes, entre los cuales se encuentra Venezuela desde el año 1995 (OMPI, s.f.).

La autora Pacón (2008), establece tres principios en los que se basa el CUP:

i) Obligación de los estados miembro de tener una legislación y una organización administrativa en materia de propiedad industrial **ii)** Aplicación del trato nacional a los súbditos de los estados miembros, **iii)** Obligación de los estados miembros de incorporar en sus legislaciones internas el contenido mínimo de los derechos establecidos en el propio Convenio. (p. 18).

Cada Estado contratante está obligado a la adecuación de su ordenamiento jurídico a los estándares mínimos impuestos en el CUP, pero, además, debe aplicar la legislación nacional para con los extranjeros procedentes del resto de los estados parte, por el principio del *trato nacional*.

Como ya se dijo anteriormente, el CUP es el primer tratado donde se hizo referencia a las Denominaciones Geográficas en general. Específicamente, sin hacer una distinción entre ambas, menciona a las IP y a las DO en el artículo primero, segundo aparte, cuando define los objetos de protección de la propiedad industrial:

La protección de la propiedad industrial tiene por objeto las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de

comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las **indicaciones de procedencia o denominaciones de origen**, así como la represión de la competencia desleal. (Artículo 1.2 del CUP). (Resaltado por el autor).

Bodenhausen (1969) resalta que la inclusión de la palabra “o” en el artículo referido, se introdujo en un momento en el cual el concepto de DO no estaba definido, no existía una convención alrededor del mismo a nivel internacional por lo que el CUP equipara su figura con las IP.

Más adelante, en el artículo 10.1 el CUP vuelve a mencionar a las IP de la siguiente forma: “Las disposiciones del artículo precedente serán aplicadas en caso de utilización directa o indirecta **de una indicación falsa concerniente a la procedencia del producto** o a la identidad del productor, fabricante o comerciante”. (subrayado por el autor) (Artículo 10.1 del CUP).

En el artículo anterior, sólo destacan las IG de primer grado, es decir, las IP, en consecuencia, la protección sólo está dirigida a reprimir el uso de un signo que transmite una información falsa del lugar donde se fabricó un producto determinado. Además, equipara las consecuencias de la conducta anterior, con el uso de marcas que indiquen un origen de fábrica distinto al verdadero y de esta manera cree confusión en los consumidores (Escudero citado por Pacón, 2008).

El criterio de Escudero citado por Pacón (2008) es que las DO se deben considerar “comprendidas dentro de la expresión “indicaciones de procedencia”” (p. 19). Lo considera de esa manera usando dos argumentos, el primero es que el CUP usa ambos términos como sinónimos en el artículo uno del convenio; y el segundo, sostiene que las DO son un tipo de IP.

El autor del presente trabajo está de acuerdo con el mencionado criterio, sólo se agregará que, haciendo referencia a la gradualidad, efectivamente las IP son IG simples; si las DO están en el nivel más alto de vinculación siendo IG calificadas, se podría considerar que el trato para la

segunda debería ser, al menos, el mismo que se le da en el CUP a las IP.

A pesar de esa inclusión en el CUP de las DO, las normas establecidas en el mismo sólo regulan el uso de una IP falsa, mas no el uso de IP verdaderas que pueden generar confusión en los consumidores por implícitamente informar al mercado sobre características que pudiese tener este producto por el origen del mismo.

Tal podría ser el caso, de una etiqueta de una bebida espirituosa que contenga el nombre “Ron de Venezuela”, siendo que efectivamente esa bebida se haya producido en Venezuela. En este caso, el consumidor espera que la bebida tenga cierto nivel de calidad, pero es posible que el productor no cumpla con estándares de calidad y no esté autorizado para el uso de la DO Ron de Venezuela. Situaciones como esa no están reguladas en las normas del CUP, es por ello que la principal crítica al tratado marco del CUP es que la protección que contiene en sus disposiciones es realmente escasa.

Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos (1891).

Este tratado fue revisado en Washington (1911), La Haya (1925), Londres (1934), Lisboa (1958) y se integró al tratado una segunda acta adicional, el Acta Estocolmo (1967). Para septiembre de 2020, lo conforman sólo 36 Estados parte, Venezuela no forma parte de este tratado. Este es cronológicamente el segundo tratado sobre las IG, y sigue los estándares propuestos por el CUP, pues regula el uso de las IP en el comercio internacional. Incluso, la novedad de este tratado es que regula tanto el uso de IP falsas y el uso de IP que no lo son pero que pueden ser engañosas, como en el caso mencionado en el punto anterior.

En el Artículo primero del Arreglo de Madrid Relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos (AMIP), el tratado dicta lo siguiente:

Todos los 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 a los cuales se aplica el presente Arreglo, o un lugar situado en alguno de ellos, serán embargados al ser importados en cada uno de los dichos países. (Artículo primero (1) del AMIP) (Subrayado por el autor).

El término “engañosa” no está contenido en el CUP, es una adición interesante que, al igual que en el artículo cuatro del AMIP, con la inclusión de “denominaciones regionales”, demuestran como la protección va evolucionando (Pulido Polo, 2016). En este sentido, Pacón (2009), resalta que se entiende por Indicaciones engañosas “aquellas que, aunque literalmente verdaderas pueden inducir al engaño” (p. 20).

Además, la autora expone que un ejemplo típico son las áreas geográficas que tienen el mismo nombre, pero se encuentran en países distintos (Pacón, 2009), por lo que podríamos proponer el caso de Barcelona. Un producto con una IP de Barcelona podría confundir, porque si no es lo suficientemente específica, no se entendería si la IP se refiere a Barcelona, España, o a la capital del estado Anzoátegui en Venezuela.

El artículo cuatro antes mencionado, destaca la disposición de que los tribunales de cada Estado puedan determinar mediante decisiones las denominaciones que se puedan sustraer de lo establecido en el arreglo por su carácter genérico. Sin embargo, excluye de esa disposición, a las “*denominaciones regionales de procedencia*” de los productos vitivinícolas. Creemos que este es el avance más grande en materia regulatoria que aporta el AMIP hacia la concepción actual de las IG.

Esta acepción, además de excluir específicamente los productos vitivinícolas, podría estar relacionada al origen mismo de las IG como signos distintivos, pues para la industria del vino, todos los elementos como las materias primas y el proceso de producción, se dan exactamente

en la misma región. A partir de dicho rubro, en Francia, alrededor del año 1300 d.c en plena Edad Media, las primeras normas para evitar el uso de nombres distintos al del lugar de creación del producto (Pulido Polo, 2016).

Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (1958).

Es el tercer convenio internacional que regula el tema propuesto. A diferencia de los tratados anteriores, este sólo sufrió una revisión en Estocolmo en el año 1967 y una modificación en 1979. Para el presente año 2022, lo conforman 37 Estados contratantes, Venezuela tampoco forma parte de este tratado para la fecha referida.

Nudman (2007) propone en su trabajo, que el tratado representa una consolidación de la figura de la DO a partir de tres elementos:

1) proporciona una **definición** de las mismas que se ha convertido en un paradigma, siendo recogido en legislaciones comunitarias y nacionales; 2) les otorga una **real protección** en el ámbito de los países signatarios; y 3) institucionaliza un **registro internacional**. (p. 33) (Resaltado por el autor).

Se está de acuerdo con el criterio de la autora. Los avances en la materia son sustanciales en comparación con los tratados anteriores. En primer lugar, en su artículo dos, contiene la primera definición sobre IG en un instrumento internacional, específicamente define las DO:

Artículo 2: Se entiende por **denominación de origen**, en el sentido del presente Arreglo, 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. (Artículo 2 (1) del ALDO) (Resaltado por el autor).

En ese sentido, la norma define por primera vez a una Denominación Geográfica, cuando en los tratados anteriores sólo existían menciones a las IP, las Indicaciones Engañosas y a las Denominaciones Regionales, sin dar un concepto de ninguna de ellas. Es la definición macro para los ordenamientos jurídicos nacionales que contienen esta figura, y también para normas comunitarias como las contenidas en la CAN y en la UE.

De lo planteado por el artículo dos del ALDO, resalta el uso del término denominación geográfica como género, y el de denominación de origen como especie. Además, la separación de las IP mencionadas en el CUP y el AMIP. Igualmente, como lo plantea Nudman (2007), contiene el doble vínculo de “procedencia geográfica y calidad específica” (p. 10).

En cuanto al contenido de la protección, en su artículo tres, el tratado establece lo siguiente:

Artículo 3: La protección será asegurada contra toda usurpación o imitación, incluso si el verdadero origen del producto figura indicado o si la denominación se emplea en traducción o va acompañada de expresiones tales como « género », « tipo », « manera », « imitación » o similares. (Artículo 3 del ALDO). (Subrayado por el autor).

El convenio incluye, no sólo la protección a la imitación de la denominación, sino también a la composición de expresiones partiendo de la base de la DO, pero acompañada de palabras como “tipo”. Estas infracciones pueden ser muy cotidianas, en establecimientos de ventas de alimentos, se encuentran quesos “tipo” parmesano, cuando Parmigiano Riggiano es una DO italiana protegida.

El ALDO profundiza el tratamiento de los convenios anteriores, pues no sólo le da claridad con la definición, además, creó un sistema de registro internacional para las DO que tiene efectos en los países miembros. Es decir, previo procedimiento y oportunidad para oponerse al procedimiento, obliga a los Estados contratantes a reconocer las DO del registro, por lo tanto, la

protección es más objetiva.

Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa Relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas.

Una de las principales críticas, y tal vez motivos por las pocas adhesiones que tuvo en mucho tiempo la Unión de Lisboa, es que el sistema de protección que propone estaba dirigido concretamente a las DO, dejando por fuera IG que podrían tener la doble vinculación mencionada anteriormente, pero en un menor grado (Gotschlich Vázquez y Valverde Bórquez, 2011).

La Unión de Lisboa tomó la decisión de incluir a las IG o signos que, si bien cumplen con el requisito de la “doble vinculación”, no pueden ser consideradas DO por no ser exclusiva la derivación de la calidad del producto a partir del origen del mismo. De esta manera, a través del Acta de Ginebra incluye en el Artículo segundo (1)(ii) a las IG de la siguiente manera:

Artículo 2. 1) (...) La presente Acta se aplica a: (...) ii) toda **indicación protegida** en la Parte Contratante **de origen** que consista en el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a dicha zona, que identifique un producto como originario de esa zona geográfica, **cuando determinada calidad, reputación u otra característica determinada del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.** (Artículo 2 (1) (ii) del Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa Relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas) (Resaltado por el autor).

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)

Para terminar con los acuerdos internacionales, el Acuerdo de Marrakech del año 1994 es el origen de la Organización Mundial del Comercio (OMC). El Anexo 1C de dicho acuerdo,

está dedicado exclusivamente al tratamiento de los derechos de PI en el comercio. Para el año 2022, 160 países son parte contratante del ADPIC, lo que constituye una representación del 98% del comercio mundial (OMC, 2022) y entró en vigor el primero de enero de 1995.

Se han hecho referencias a cuatro tratados internacionales previos al ADPIC, por otro lado, también existe un buen número de tratados relacionados con el Derecho de Autor y los Derechos Conexos. En ese sentido, si ya existía una regulación importante hasta la entrada en vigencia del mismo, ¿cuál es el fin de crear otro acuerdo? La respuesta está en que la dinámica del comercio internacional aumentó a finales del siglo XX. En consecuencia, la heterogeneidad del tratamiento de la PI por parte de los Estados creaba distorsiones que afectaban las relaciones comerciales entre los mismos.

Es por ello que dentro de la estructura de la OMC deciden crear acuerdos para mitigar esas diferencias y crear estándares mínimos de protección en cada una de las ramas y objetos de protección de la Propiedad Intelectual.

Para la Propiedad Industrial, este tratado propone el estándar mínimo para sus Estados contratantes, pues incluye en sus normas, la obligación de los Estados de ratificar lo contenido en la materia en el CUP y adiciona otras, como es el caso de la regulación sobre las IG, contenida en los artículos 22, 23 y 24.

Como lo mencionan Roffe y Santa Cruz (2006):

El Acuerdo de los ADPIC ha sido el primer tratado internacional que ha reconocido a las indicaciones geográficas un amplio y elevado nivel de protección, a pesar que al momento de su celebración esta categoría de derechos era muy poco difundida, salvo en algunos países de Europa continental. (p. 20).

En el presente trabajo se ha reiterado el impacto del ADPIC en la importancia que han

adquirido las IG en el comercio internacional; es por ello que se está de acuerdo con los autores en su afirmación. La amplitud de la protección en la normativa en términos geográficos, es mucho mayor por la cantidad de países que forman parte de la OMC.

La definición utilizada por este tratado para referirse a las IG, se encuentra en el artículo 22.1 ya citado en este trabajo. Cabe señalar que el término utilizado es el de IG, en ello marca una diferencia con todos los tratados desarrollados anteriormente. El uso de este término derivó de la conciliación de las posiciones entre los países europeos y los norteamericanos, además de unificar los términos y acabar con la dualidad que existía hasta el momento, es decir, IP y DO (Botana Agra citada por Pacón, 2008).

Como se ha expresado previamente, se entiende que los requisitos para el reconocimiento de una IG en el ADPIC son más flexibles que en los tratados previos, pues sólo se requiere que una cualidad o característica del producto se deba fundamentalmente al origen geográfico. Por otro lado, la elección del término y las condiciones utilizadas en la norma, no quieren decir que las DO estén excluidas, pues los Estados miembros del tratado están obligados de igual manera a protegerlas debido a que las DO son un tipo de IG, están comprendidas la definición del artículo 22.1, así lo proponen Grasco y Gordó Llobell (2015):

Si bien el TRIP'S/ADPIC al igual que el CUP no refieren en su articulado a las denominaciones de origen, cabe entender que las mismas **se encuentran incluidas dentro de la terminología de las indicaciones geográficas**. Una denominación de origen es un tipo especial de indicación geográfica, que se aplica a productos que poseen una calidad específica derivada exclusiva o esencialmente del medio geográfico en el que se elaboran. **Así es que el concepto de indicación geográfica –más amplio– engloba a las denominaciones de origen.** (p. 27) (Resaltado por el autor).

Más adelante, en el artículo 22.2 obliga a los Estados a arbitrar medios legales para

impedir el uso de las IG sin autorización. La norma lo plantea en dos supuestos:

a) 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; b) cualquier otra utilización que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido el artículo 10bis del Convenio de París (1967) (Artículo 22.2 del ADPIC) (Resaltado por el autor).

En el inciso “**a**” del artículo reseñado, observamos que se repiten los criterios del CUP, AMIP y ALDO sobre las IP falsas, pues se refiere a los productos que en su presentación “*indiquen o sugieran*” que fueron fabricados o creados en un lugar distinto donde realmente sucedió dicha creación. Por otro lado, en el inciso “**b**” remite al artículo 10 bis del CUP, referente a la protección de la competencia desleal.

Pacón (2009) agrega en su trabajo que la utilización de la IG a la que se refiere el inciso “**b**”. [...] debe ser hecha de manera tal que **cause confusión** en el público, pues sin el elemento de la confusión la utilización de la Indicación Geográfica puede ser válida y legítima, conforme a la protección básica prevista en el Acuerdo ADPIC. (p. 26) (Resaltado por el autor).

Es precisamente lo que indica el artículo 10 bis del CUP, pues dentro de las prohibiciones de la competencia desleal en dicha norma se encuentran: **1.-** Los actos que sean capaces de crear confusión, por cualquier medio. **2.-** Las aseveraciones que atenten contra la reputación de la competencia, es decir, contra el fabricante, los productos, o la misma actividad de la competencia; y, **3.-** Las aseveraciones o indicaciones que induzcan el error en el consumidor, entre otras cosas sobre el modo de fabricación o las características.

En conclusión, sobre este punto, las prohibiciones establecidas en los incisos “**a**” y “**b**” en el artículo son complementarias e incluyen no sólo el uso de una IP falsa, incluso acompañada

de palabras o términos como “tipo”; sino que, abarca el uso de una IG sin autorización.

El artículo 22.3 del ADPIC, establece lo siguiente:

Todo Miembro, **de oficio si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada**, denegará o invalidará el registro de una marca de fábrica o de comercio que contenga o consista en una indicación geográfica respecto de productos no originarios del territorio indicado, si el uso de tal indicación en la marca de fábrica o de comercio para esos productos en ese Miembro es de naturaleza tal que **induzca al público a error** en cuanto al verdadero lugar de origen (Artículo 22.3 del ADPIC).

En virtud del tratado, las partes pueden entonces negar solicitudes de registro, e incluso invalidar marcas de productos ya registradas, sólo si el uso de esa denominación es capaz de inducir al error. La denegación o la invalidación mencionadas anteriormente, puede ejecutarse de oficio sólo si la legislación del Estado miembro lo permite, en caso contrario, la parte interesada puede solicitarlo.

Consideraciones sobre los conceptos de Denominaciones de Origen, indicaciones geográficas e Indicaciones de Procedencia.

Las Denominaciones de Origen (DO)

Como se mencionó anteriormente las DO son la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad 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.

Un ejemplo clásico de una DO es la del queso Roquefort de Francia, cuyo producto descrito por el signo, es un queso de pasta azul que se produce en el municipio Roquefort-sous-Soulzon (OMPI, 2017). Este queso adquiere sus características por métodos tradicionales de

producción que se dan específicamente en ese lugar ejecutados por los productores de la zona, y también por su geografía, pues el queso es madurado en cuevas de la región por alrededor de 90 días.

De esta manera, notamos que se conjugan en la producción del queso Roquefort factores naturales y humanos que de forma conjunta influyen en la calidad y en la reputación que hoy tiene el denominado “rey de los quesos” por el revolucionario francés Diderot (Azcoytia, 2012).

Indicaciones Geográficas (IG)

Como se mencionó anteriormente las IG son otro tipo de signos distintivos que identifican el origen del producto, son más recientes que las DO, pues es en el ADPIC (1994) donde se destaca que son las 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. (p. 350) (Subrayado por el autor).

Las IG se ubican en un punto intermedio en la gradualidad, entre las IP y las DO, pues si bien transmite una información más profunda sobre el vínculo origen-producto, ésta sólo “incide más específicamente en la atribución de una determinada calidad o reputación del producto, aunque la zona en sí misma no presente particularidades en cuanto a sus factores naturales, humanos o ambientales” (Nudman, 2007, p.8).

Por lo tanto, una de las diferencias más importantes con las DO es que sólo es necesaria la vinculación del origen con una calidad del producto; es por ello que incluso el proceso de producción puede no realizarse totalmente en el lugar de origen, o puede que no todas las materias primas para la producción provengan de ese lugar de origen.

Un ejemplo de IG es el Turrón de Alicante es una IG Protegida (IGP) de España y de la

UE. En el apartado “b” del Pliego de Condiciones de la IGP (Conselleria de Presidencia y Agricultura y Pesca, Alimentación y Agua, 2013), se describen los ingredientes para producir el Turrón de Alicante; uno de ellos es la Miel Pura de Abejas y establece que esta puede proceder no sólo de la zona delimitada, sino también de otras regiones como Castellón y Valencia. Por otro lado, en cuanto al azúcar utilizada para proceder, no fija ninguna procedencia como requisito.

Es así como el Turrón de Alicante es un ejemplo de la diferencia planteada en los párrafos anteriores entre las IG y las DO. A su vez, al igual que las DO, las IG tienen como requisito para su reconocimiento la creación de un Reglamento de Uso, y la constitución de un Consejo Regulador para su funcionamiento.

Las Indicaciones de Procedencia (IP)

La definición de este tipo de signos se encuentra contenida en el artículo 221 de la Decisión 486 de la siguiente forma: “Se entenderá por indicación de procedencia un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado” (artículo 260 de la Decisión 486 de la CAN).

Por lo tanto, al igual que las IG y las DO, una IP efectivamente transmite la información del origen del producto. A diferencia de los signos antes mencionados, las IP no informan al consumidor sobre la vinculación de alguna característica especial o reputación entre el origen y el producto.

En ese sentido, si se plantea que existe una gradualidad entre los tipos de Signos Distintivos relacionados con el origen, en cuanto a la vinculación con el territorio, el primer grado estaría representado por las IP. El Centro de Comercio Internacional (2009) define a las indicaciones de procedencia de la siguiente manera: “Es cualquier expresión o signo que se utilice para indicar un producto o servicio como originario de un país, una región o de un lugar específico, sin que ello implique ningún elemento de la calidad o la reputación”. (p. 15)

(Subrayado por el autor).

En consecuencia, se puede interpretar de esta definición que la información que transmite una IP se limita a un lugar, mas no a características del producto. Una IP podría ser, por ejemplo, “made in China” o “hecho en Venezuela”.

Uzcátegui (2007) plantea una definición que afianza el concepto anterior:

En el plano jurídico, la indicación de procedencia se encuadra dentro del primer tipo de denominación geográfica, que consiste en una indicación referida a un país o a un lugar situado en su interior como el lugar de origen de un producto, para cuya protección no se requiere que el producto que la porta posea cierta calidad o características imputables a su origen geográfico. (p. 25) (Subrayado por el autor).

Además, en el mismo trabajo, Uzcátegui (2007) se refiere a las IP como “una figura jurídica ubicada en un nivel inferior de protección” (p. 26), pues ciertamente sólo se basa en la obligación de los productores de determinar en la etiqueta dónde se produjo el bien, no genera ningún tipo de protección dentro del sistema de propiedad intelectual, de hecho, al no generarse un derecho de exclusividad, las IP “pueden ser utilizadas por todos los empresarios y productores que elaboran los productos en el lugar o zona geográfica a la que se refiere la concreta indicación” (Peñas Moyano, s.f., p. 429).

Por último, Maroño Gargallo citado por Peñas Moyano (s.f) se refiere a las IP como:

[...] cualquier expresión o signo que sea utilizado para indicar que un producto o servicio es originario de un país, región, zona o localidad determinada; si bien cabe apreciar que partiendo de este concepto amplio, cuando la indicación geográfica es empleada no como mera referencia que se aporta a modo de información adicional, sino como nombre del producto que se designa, actúa entonces como un mecanismo de identificación e

individualización frente a productos semejantes que concurren en el mercado. La indicación geográfica actúa, en tal caso, como un signo distintivo de productos que utiliza como elemento individualizador el origen geográfico. (p. 429) (Subrayado por el autor).

Es así entonces, como el autor marca una diferencia entre las IP y el resto de los Signos (IG y DO), pues si la información va más allá de la referencia del origen del producto, el signo lograría el carácter de diferenciación y, por lo tanto, de individualización del producto en el mercado.

De hecho, también existe un criterio en la doctrina que superpone el término Indicaciones Geográficas al género, este propone que existen IG simples e IG calificadas, por lo que, en esa clasificación, las IP son IG simples, pues, como lo establece Nudman (2007), estas “se refieren a un lugar reconocido como centro de producción o transformación, no vinculando origen con calidad o características específicas” (p. 7) (Subrayado por el autor).

Diferencias entre IP, DO e IG.

Estos signos que identifican el origen del producto tienen diferencias marcadas que se han establecido en este trabajo, Poggi (2020) en su trabajo repasa las diferencias entre las IG y las DO en Europa de la siguiente manera:

En Europa existen claras diferencias entre las DO e IG. Las dos se refieren a signos distintivos originarios de un lugar determinado, una región o, excepcionalmente, un país pero se diferencian en que en la DO, la calidad o características se deben fundamental exclusivamente a un medio geográfico particular, con los factores naturales y humano inherentes a él, cuyas fases de producción tengan lugar en su totalidad en la zona geográfica definida, mientras que la IG posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico y cuyas fases de producción, una al menos, tenga lugar en la zona geográfica

definida. (pp.164).

En consecuencia, la diferencia principal según lo expresado anteriormente es que, en las DO, todo el proceso de producción tiene que ocurrir en el mismo lugar, mientras que en el caso de las IG con qué una sola etapa del mismo suceda en la zona delimitada, es suficiente para cumplir con el requisito.

Las diferencias entre dichos signos y las IP se establecen en el siguiente cuadro:

Ítem	Indicaciones de Procedencia (IP)	Denominaciones de Origen (DO)	Indicaciones Geográficas (IG)
Información que aporta al consumidor	Indica el origen de un determinado producto, sin que ese origen influya sobre la calidad o reputación del mismo.	Indica el origen de un determinado producto, cuya calidad y elementos característicos derivan del medio geográfico e intervención humana involucrada en el mismo.	Indica el origen de un determinado producto, sobre el cual alguna de sus características propias se encuentra directamente vinculadas al espacio geográfico en el que se produce.
Efectos del origen geográfico sobre el producto	El origen indicado no influye sobre la calidad o las características del producto.	El origen geográfico del producto y la participación humana empleada para su producción dentro de esa zona delimitada se encuentran directamente vinculados a la calidad y reputación del mismo.	Alguna de las características del producto (calidad, reputación u otro elemento que genere distintividad) se atribuye a su origen geográfico.
Elementos de vinculación con el producto	Espacio geográfico en el que se produce.	Zona geográfica delimitada en la que se produce y los factores naturales, ambientales y humanos aportan calidad y reputación específica como consecuencia de su localización.	Existe una vinculación entre la zona geográfica en la que se produce y alguna de las características propias del producto, sin embargo, no agota el mismo.
Lugar de producción y materiales empleados	No se establece una exigencia de producción total, o de materiales empleados que deriven de un determinado espacio geográfico.	Se requiere que el producto sea totalmente producido/fabricado/manufaturado, en todas sus fases, en el espacio geográfico al que hace referencia la DO.	Solo requieren que los productos protegidos a través de IG sean, en alguna de las fases de producción, fabricados o manufacturados en la zona geográfica a la que se hace referencia.

			Pueden ser utilizados materiales que provengan de espacios geográficos distintos a la zona delimitada como protegida.
Protección a través de la Propiedad Intelectual	No genera derechos. Las IP pueden ser empleadas por todos los productores que desarrollen un determinado producto en una zona geográfica.	Derechos de exclusiva sobre el uso del signo.	Derechos de exclusiva sobre el uso del signo.

Tabla 1. Diferencias entre IP, DO e IG.

Fuente: Elaboración propia.

Funciones de las IG como signos distintivos

En consecuencia, las IG y las DO, o las IG calificadas, como signos distintivos tienen funciones que son ajenas a la IP. Se menciona entonces cuatro funciones de las DO que ciertamente son muy cercanas a otro tipo de signos distintivos como las marcas de producto, para Maroño Gargallo citado por Peñas Moyano (s.f.) estas son:

Función indicativa de la procedencia geográfica. Esta es compartida con las IP, pues consiste básicamente en indicar el origen territorial del producto, responder la pregunta del consumidor de “¿dónde se fabricó el producto?”.

Función indicativa de la calidad del producto. En este caso, más allá de la consideración subjetiva del consumidor, el signo transmite información sobre la calidad del producto partiendo de criterios objetivos establecidos en las normas de los reglamentos de uso de la DO.

Función condensadora del goodwill. Ésta también la comparten con las marcas, tiene que ver con la reputación que ha acumulado a través de la comunicación entre los consumidores

de un mercado determinado.

Función Publicitaria. Para los productores autorizados al uso de una DO o de una IG, es evidente la ventaja competitiva que representa comunicar a través de la publicidad que ese signo está en su etiqueta, eso precisamente es lo que permite que pueda posicionar su producto con una ventaja competitiva en relación a los competidores que no tienen esa posibilidad.

Se está de acuerdo con las funciones planteadas por el autor, pues engloba todos los aspectos que determinan la existencia de las IG calificadas.

El Terroir

Siguiendo los conceptos que se han tratado anteriormente, cuando se habla de la doble vinculación (origen y calidad) de un producto con el territorio donde se origina, se encuentra el término de origen francés “*terroir*”, cuya traducción al español deriva en la palabra “tierra” o “terruño”. Para Duhart (2011), el Terroir es un:

[...] fragmento de la corteza terrestre sobre el cual un grupo humano obtiene, por ciertos métodos, productos caracterizados por cualidades intrínsecas que, llegado el caso, permiten a dichos productos ser más o menos valorados por un grupo humano de extensión variable en función de criterios arbitrarios propios. (p.12).

En la definición anterior, se identifica que el *Terroir* es un espacio geográfico, es decir, un territorio determinado, sin embargo, no se limita a ello. El factor humano es tan importante como en la definición de las DO, por lo que, para que exista un *terroir* o *terruño*, necesariamente este territorio debe caracterizarse por el desarrollo en sus límites, de una actividad humana que permite la obtención de un producto determinado, cuyas características son consecuencia de originarse en dicho territorio y mediante dicha actividad.

Por lo tanto, se podría afirmar que la constitución o la formación de un *terroir* es un

elemento previo para el reconocimiento de una IG. Es un término que nace con la cultura vitivinícola, como el mismo término de las DO. Otra definición resaltante es la de Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV) citada por el Comité interprofesional del vino de Champagne (s.f.):

El terruño (*terroir*) vitivinícola es un concepto que se refiere a un espacio sobre el cual se desarrolla un conocimiento colectivo de las interacciones entre un medio físico y biológico identificable y las prácticas vitivinícolas aplicadas, que confieren características distintivas a los productos originarios de este espacio. (s. n/p.)

La definición agrega el término “conocimiento colectivo”, afirmando lo dicho anteriormente sobre el factor humano involucrado en el concepto de *terroir*, pues ese conocimiento colectivo resulta en los métodos para la obtención de los productos.

El Consejo Regulador

Para que los productos distinguidos por las IG cumplan realmente con las características y la calidad anunciadas en el pliego de condiciones, debe existir un organismo de control que dé garantías del cumplimiento: estos órganos de gestión se denominan Consejos Reguladores.

Para Botana Agra, citado por Guillem Carrau (2013): *“El Consejo Regulador se ha concebido desde un principio como un complemento indisociable del reconocimiento de la Denominación y pieza esencial del sistema de denominaciones de origen”* (p. 15).

Es una figura poco explorada en la doctrina, sin embargo, traemos a colación la definición de Molina (2016):

El Consejo Regulador es un ente de gestión que agrupa a los productores y agricultores, quienes administran y promocionan la Denominación de Origen (DO), **velando por su prestigio y asumiendo su defensa judicial en caso de uso indebido**. Incluso, en

ciertas legislaciones foráneas, este ente de gestión es el único legitimado para solicitar su reconocimiento, y en otras, asume además la función de control y certificación. (p. 175).

De las citas anteriores, se puede destacar que los consejos reguladores son esenciales para el sistema de IG pues administran y promocionan esos signos. Además, son quienes, en distintas legislaciones, tienen la legitimidad de representación ante los tribunales en caso de un conflicto que surja de una infracción en el uso de la IG.

De acuerdo a cada legislación, el nombre del ente puede variar; es así como encontramos nombres como Comité de Promoción, Consejo de Promoción, además de la denominación Consejo Regulador, que es la más utilizada.

Sobre la personalidad jurídica del Consejo Regulador (CR), dependiendo de la legislación, puede ser una persona de derecho público, o una de derecho privado. En ese sentido, Guillem Carrau (2013) expresa lo siguiente:

La gran mayoría de Consejos Reguladores se han configurado como corporaciones de Derecho público, en gran número de casos por prescripción legal, funcionando bajo el amparo o la autoridad de la Administración bajo cuyo amparo se creaban y dependiendo financieramente con carácter casi exclusivo de las subvenciones públicas para hacer frente a sus gastos de funcionamiento, salvo en materia de certificación. (p. 13)

Funciones del CR

Molina (2016) expresa cuáles son las funciones generales de los CR en la mayoría de las legislaciones:

En aquellas legislaciones que regulan la DO como sello de calidad, son funciones esenciales del Consejo Regulador: **la administración del sistema, la defensa, promoción, publicidad de las DO y, en algunas legislaciones, también la**

certificación de calidad. Varias legislaciones foráneas prevén funciones complementarias tendientes a mejorar la calidad y la adecuación a las exigencias del mercado (como la investigación comercial, técnica, vitícola, agrícola, la elaboración de estadísticas, la capacitación de los productores). (p. 177) (Resaltado por el autor).

De esta manera, la autora menciona distintas funciones y facultades de los CR. Cada uno de ellos tiene su peso en la gestión de una IG, como es el caso de la administración del sistema o la promoción. Además, menciona funciones complementarias, como la formación de los productores, que puede significar un avance importante para la DO, pues dotarlos de herramientas para mejorar en su producción, es beneficioso para el CR y por lo tanto para LAS IG.

Lineamiento

Un lineamiento está definido por la Real Academia Española (2021a) como “delineación o dibujo de un cuerpo, por el cual se distingue y conoce su figura” (p. s/n.), y también como una “dirección, tendencia”, “rasgo característico de algo” (Real Academia Española, 2021b, p. s/n). En consecuencia, un lineamiento puede ser un conjunto de recomendaciones a seguir para el desarrollo de una actividad en específico.

Criterios para el desarrollo positivo de una IG: Estudios de las DO Ron de Venezuela, Pisco de Perú y Café Marcala. Teniendo en cuenta la situación actual, es importante determinar qué factores se han considerado en la doctrina internacional para que una IG sea exitosa. Para ello, el Centro de Comercio Internacional (2009) define cuatro pilares que toda IG debe considerar para ser exitosa: “1.- Estructuras organizativas e instituciones sólidas, 2.- Participación equitativa, 3.- Asociados comerciales solventes, y 4.- Protección Jurídica Eficaz” (p. 101).

En resumen, las estructuras organizativas son fundamentales para el desarrollo de una

IG, normalmente se centra en la figura del Consejo Regulador. Este es el “ente de gestión que agrupa a los productores y agricultores, quienes administran y promocionan la DO” (Molina, 2016, p. 175). Sin un Consejo Regulador y unas normas sólidas de gestión, es muy difícil desarrollar una IG. En segundo lugar, la *participación equitativa* tiene que ver con la distribución correcta de las cuotas de beneficios resultantes de la comercialización de las IG.

En tercer lugar, es importante en las IG que los asociados también impulsen sus productos con identidad propia, como sucede en el caso de la DO Ron de Venezuela, pues cada empresa promueve de forma individual sus marcas, lo que permite que cada miembro pueda tener oportunidades de acuerdo a su esfuerzo y la posibilidad de ser solventes económicamente.

La *protección jurídica eficaz* es de los puntos más importantes pues las IG y DO son eso, sistemas de protección. La asociación de productores debe elegir de qué manera van a proteger el signo, decisión que depende del país receptor donde quieran comercializar y proteger el signo. La decisión no va a ser la misma si los productores quieren la protección en España, a si la quieren en los Estados Unidos de América, porque como ya se mencionó anteriormente ese país no reconoce el sistema de las IG, por lo que se podría proteger como una marca de certificación. Además, la consideración sobre la vigilancia de potenciales infracciones es importante, acá el Estado, al ser el titular de las IG juega un papel a través de sus organismos competentes.

La internacionalización de las IG y denominaciones de origen se produjo a través de los siguientes acuerdos: Convenio de la Unión de París de 1883, Arreglo de Madrid de 1891, Arreglo constitutivo de la Oficina Internacional del Vino de 1924, Arreglo de Lisboa de 1958 y el Acuerdo sobre los Aspectos de Propiedad Intelectual relativos al Comercio de 1995.

La determinación de elementos que influyan en el desarrollo positivo de una IG es el objetivo principal del presente trabajo, partiendo de la base de los beneficios que esta puede generar a la sociedad, en este sentido, el Centro de Comercio Internacional indica que “Una IG

exitosa aporta beneficios económicos mensurables a gran parte de los participantes, al tiempo que mejora, o cuando menos acomoda, las condiciones sociales y ambientales de la zona” (Centro de Comercio Internacional, 2009, p. 246).

Se podría inferir que una IG es exitosa sólo por la cantidad de utilidad comercial que genera a los productores, pero va más allá, el sentido del *terroir* que vincula el producto con la tierra, lo que implica que sea ponderable para determinar su éxito el lugar de donde se origina lo que genera una mejora de ese lugar y el cuidado del medio ambiente del mismo.

La situación actual de las IG en Venezuela.

El Estado venezolano es parte del CUP y el ADPIC, sin embargo, no lo es del Arreglo de Lisboa ni del Arreglo de Madrid. En el desarrollo del sistema de IG en el país jugó un papel muy importante la Decisión 486 de la CAN pues es a partir de este instrumento que se reconocieron las tres DO de Venezuela: Cacao de Chuao, Cocuy Pecayero y Ron de Venezuela.

Luego de la salida de Venezuela a CAN y posteriormente la entrada en vigencia de la Ley de Propiedad Industrial de 1956 en el país, el sistema de Indicaciones Geográficas quedó huérfano. La LPI (1955) sólo tiene una mención a las Indicaciones de Procedencia, se encuentra en el artículo 33 dentro de las causales de irregistrabilidad de marcas: “No podrán adoptarse ni registrarse como marcas: (...) 5° los nombres geográficos, como indicación del lugar de utilidad pública o social, decretar la expropiación del de procedencia (...)”.

Por consiguiente, el auge de las IG en Venezuela se estancó, y con ello el sistema de protección de las mismas. Esta ausencia normativa llevó al Servicio Autónomo de Propiedad Intelectual (SAPI) el primero de octubre del año 2020 mediante el Aviso Oficial N° DG-09-2020 a anunciar la aplicación directa del ADPIC, por lo que, comenzaron a solicitarse de nuevo las IG, específicamente bajo el procedimiento establecido por el mismo SAPI en el Aviso Oficial DRPI-AO-N° 19 de fecha 18 de diciembre del año 2020.

Procedimiento para el reconocimiento de las IG en Venezuela.

El Aviso Oficial DRPI-AO-No. 19 del SAPI, mencionado en varias oportunidades en este trabajo, establece las normas del procedimiento para obtener el reconocimiento de una IG en Venezuela. En ese sentido, lo primero que dicta es que la solicitud de Declaración de Protección de una IG se hará por escrito ante el SAPI a través de una planilla, y establece siete requisitos que deben ser anexados:

1) Nombre y domicilio de la entidad pública o privada (asociaciones de productores), colectividad y cualquier otra forma de organización reconocida por el Estado que solicita la declaratoria, así como la demostración de su legítimo interés. **2)** La Indicación Geográfica para la cual se solicita la Declaratoria de Protección; **3)** Descripción del producto a ser identificado con la Indicación Geográfica, incluyendo en su caso especificaciones que se ajusten a normas de calidad nacionales e internacionales inherentes a la naturaleza del producto; **4)** Descripción de la calidad, reputación u otra característica específica del producto a ser identificado con la Indicación Geográfica, que sea imputable fundamentalmente al medio geográfico de origen, señalando de forma precisa su vinculación a la región de la cual se trate (factores naturales y/o humanos); **5)** Descripción del proceso y/o modo de producción u obtención, con indicación del lugar donde se llevan a cabo todas las fases para el logro del producto final; **6)** El Proyecto de Reglamento de Uso de la Indicación Geográfica solicitada; y **7)** Propuesta de constitución de un Consejo Regulador de la Indicación Geográfica para certificar y verificar que los productos identificados con la misma respondan a los estándares de calidad, reputación u otra característica atribuible a los mismos por su vinculación geográfica. (Aviso Oficial DRPI-AO-No. 19).

De estos requisitos para la obtención de la declaratoria del reconocimiento del Estado, resaltamos en principio los puntos uno y dos versan sobre la identificación de la persona jurídica que hace la solicitud, y la identificación de la IG sobre la que se pretende la protección. La identificación de la persona y del objeto son requisitos muy básicos en cualquier procedimiento en general, sin embargo, en el punto tres el Estado exige un requisito más técnico como lo es la descripción del producto que va a identificarse con la IG y su relación con las normas de calidad.

Asimismo, el requisito número cuatro está vinculado directamente a la determinación de si se trata de una IG o no, pues versa sobre la relación entre la calidad o la reputación del producto y su origen. Sin el cumplimiento de este requisito la solicitud sería completamente ajena a la definición del art. 22 del ADPIC, que además es la norma que el SAPI está aplicando para regular las IG. Entonces, si la reputación, la calidad o ciertas características del producto no son imputables al lugar de origen, no estaríamos en presencia de una IG.

El requisito número cinco versa sobre el elemento humano, pues el SAPI exige la descripción del proceso o modo de producción, y por supuesto la identificación del lugar donde se lleva a cabo cada etapa o fase de producción hasta obtener el producto final. Por último, los requisitos seis y siete tratan sobre el funcionamiento de la IG, es decir, sobre cómo se va a organizar, cuáles van a ser las normas de uso, de certificación y de calidad del producto. En ese sentido, el requisito número seis es el proyecto de reglamento de uso de la IG, y el siete la propuesta de constitución del consejo regulador de la IG.

El SAPI, ante la ausencia de un procedimiento en el ADPIC y al tratarse la IG de un tipo de signo distintivo, propone seguir el procedimiento de solicitudes de marcas comerciales de la LPI para las solicitudes de declaración de IG. En las situaciones no previstas en la LPI, se aplica la Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos.

En cuanto a los costos, en el aviso oficial se establecen las mismas tasas de las solicitudes de registro de marcas, y aclara que los costos derivados de los requisitos de la solicitud, como los estudios técnicos sobre el territorio y el producto, deben ser cubiertos por los interesados.

Capítulo III

Marco Metodológico

Línea de Investigación

Signos Distintivos.

Tipo de Investigación

Para el desarrollo de la investigación, en el presente Capítulo, se realizó un estudio teórico-descriptivo basado en el análisis documental, para lo cual se siguió un proceso sistematizado de búsqueda, análisis e interpretación de descripción de lo contenido en textos bibliográficos.

Diseño de Investigación y Metodología

Esta investigación fue realizada empleando un análisis crítico y comparativo de carácter cualitativo de las IG como figura de la Propiedad Intelectual, tomando como base de estudio el contexto normativo del ordenamiento jurídico venezolano y las principales fuentes legales de origen extranjero aplicables, acompañado de las experiencias prácticas derivadas de la implementación de IG reconocidas contenidas en instrumentos documentales y entrevistas a expertos, con la finalidad de identificar indicadores de desarrollo positivo que permitan fundamentar la elaboración de lineamientos generales relativos a las IG.

Técnicas y Herramientas de Recolección y Procesamiento de los Datos

Análisis Documental.

En la presente investigación se ejecutó una búsqueda, clasificación e interpretación de la información contenida en soportes físicos y digitales a efectos de determinar los conceptos de Indicación Geográfica, Denominación de Origen, Consejo Regulador, Terroir.

Análisis Comparado.

Entrevistas semi-estructuradas.

Mediante la aplicación de la técnica de “entrevista semi-estructurada” se propuso acudir personas involucradas en organizaciones relacionadas con las IG y de esta manera conocer experiencias en la gestión de las IG reconocidas como son: DO Pisco, DO Café Marcala y DO Ron de Venezuela. Asimismo, también se entrevistó a profesionales académicos sobre la materia.

A los fines de la realización de las entrevistas semi-estructuradas, se prepararon como temas de discusión base: Aspectos jurídicos sobre el reconocimiento de IG y DO en Venezuela y/o Latinoamérica, experiencias prácticas con relación al procedimiento para reconocer IG y DO en las jurisdicciones de los entrevistados, factores que pueden generar un desarrollo positivo de las IG y DO, principales ventajas económicas, jurídicas y organizativas de la protección a través de IG y DO en el marco de la Propiedad Intelectual, desafíos de los productores y comerciantes para obtener protección mediante estas figuras.

Matriz de información o cuadros comparativos

Mediante la aplicación de la técnica de comparación a través de “matices de información” se propuso a identificar y organizar los principales aspectos relativos a la investigación de

acuerdo a criterios específicos que permitan sustentar y/o establecer los lineamientos para el uso y desarrollo positivo de IG.

Cuadro comparativo de IP, DO e IG

Ítem	Indicaciones de Procedencia (IP)	Denominaciones de Origen (DO)	Indicaciones Geográficas (IG)
Información que aporta al consumidor			
Efectos del origen geográfico sobre el producto			
Elementos de vinculación con el producto			
Lugar de producción y materiales empleados			
Protección a través de la Propiedad Intelectual			

Tabla 2. Instrumento de recolección: Diferencias entre IP, DO e IG.

Cuadro comparativo de DO Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala

Ítem	DO Ron De Venezuela	Pisco Perú	Café Marcala
Prácticas Legales			
Prácticas Económicas			
Prácticas Organizacionales			
Prácticas de Control de Calidad			
Prácticas No Recomendadas			

Tabla 3. Instrumento de recolección: DO Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala

Cuadro comparativo de IG y marcas colectivas

ítem	Indicaciones Geográficas	Marcas Colectivas
Información que transmite el Signo		
Titularidad		
Reglamento de uso		
Requisitos para su reconocimiento (IG) y Registro (Marca Colectiva)		
Características del Producto		

Tabla 4. Instrumento de recolección: IG y marcas colectivas

Cuadro comparativo posiciones de entrevistados y autores con relación a aspectos específicos para el uso de IG

Tema en común	Definición	Posiciones	Lineamiento identificado por el autor
Orientación de la IG Artesanal o Industrial.			
Territorio Delimitado			
Protección internacional			
Las IG y el Estado			
Formas de protección de las IG			
Promoción de las IG			

Tabla 5. Instrumento de recolección: Posiciones de entrevistados y autores con relación a aspectos específicos para el uso de IG.

Capítulo IV

Resultados

En base al estudio comparado de tres casos de indicaciones geográficas: Ron de Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala, se obtuvo los siguientes resultados:

Cuadro comparativo

Ítem	DO Ron De Venezuela	Pisco Perú	Café Marcala
Prácticas Legales	Reconocimiento en Venezuela de la DO Ron de Venezuela.	Reconocimiento de la DO en Perú.	Reconocimiento de la DO en Honduras.
		La INDECOPI ejerce un rol en la observancia sobre los derechos de PI, esto incluye las indicaciones geográficas. Además, INDECOPI tiene funciones claras en la promoción de estos signos a nivel internacional.	
	Procedimiento de Reconocimiento en la UE.	Registro en el sistema de Lisboa.	Procedimiento de Reconocimiento en la UE
		Reconocimiento en la UE. Reconocimiento en tratados de Libre Comercio.	
Prácticas Económicas	Independencia financiera del Estado	Independencia financiera del Estado.	Los productores en su mayoría son pequeños, es decir, tienen un tamaño muy similar lo que permite una participación equitativa.
	Cada marca realiza su promoción, compiten entre ellas.	Producción Artesanal	La organización de un festival del café Marcala y de otras actividades culturales alrededor.
	Promoción a través de las competencias internacionales de		A través de la Promoción de la DO también promocionan la región

	bebidas espirituosas.		entera.
	Producción Industrial		
Prácticas Organizacionales	La Promoción de Ron de Venezuela como el mejor Ron del mundo por parte de todos los miembros de FONPROVEN.	Reglamento de Uso Utilizado por el Consejo Regulador.	Los productores en su mayoría son pequeños, es decir, tienen un tamaño muy similar lo que permite una participación equitativa.
Prácticas de Control de Calidad	Aplicación de normas ISO	Normas Técnicas Peruanas	Sistema de Trazabilidad.
			Aplicación de normas ISO.
Otras Prácticas	Industrialización.	Intento de industrialización.	Sistema de Trazabilidad.
	Extensión excesiva del territorio.		
	Dificultades en la obtención de la materia prima en ciertos momentos.		Dependencia financiera de proyectos internacionales (UE, Junta de Andalucía)
	Exclusión de Productores pequeños.		

Tabla 6. Análisis de DO Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala.

Fuente: Elaboración propia. con base en entrevistas y estudios de casos de éxito.

En el cuadro anterior, se muestra el resumen del análisis de las indicaciones geográficas analizadas, las cuales han sido principalmente en base a los siguientes aspectos: Prácticas Legales, Prácticas Económicas, Prácticas Organizacionales, Prácticas de Calidad y Prácticas no Recomendadas.

En consecuencia, en el primer ítem se demuestra que, en todos los casos, las DO son reconocidas o están en vías de serlo en otros territorios distintos al país de origen, siendo Pisco la DO con mayores avances, pues Perú es miembro del ALDO y parte en diversos tratados de libre comercio.

En todos los casos, las DO establecen el cumplimiento en sus reglamentos de uso de normas de calidad, en los casos de Ron de Venezuela y Café Marcala utilizan las normas ISO, mientras que Pisco usa las normas técnicas peruanas para el control de la calidad. En cuanto a las prácticas organizacionales en Ron de Venezuela los miembros consideran al DO como un valor que supera los intereses individuales, un valor superior que los cohesiona, a pesar de ser competidores entre sí. Siendo las IG bienes culturales, van más allá de la comercialización de un producto, es lo que sucede en Marcala con el Festival de Cafecultura, exponen a toda la región con todos sus valores culturales, más allá del producto.

En las prácticas económicas, no existe una dependencia total del Estado en ningún caso. Por otro lado, en la forma de explotación Ron de Venezuela es una DO industrializada; Café Marcala y Pisco se mantienen como producción artesanal. En otro orden de ideas, la promoción de Ron de Venezuela, en parte se debe a las competencias internacionales de bebidas espirituosas.

Por último, en cuanto a otras prácticas, la industrialización puede traer como consecuencia beneficios o perjuicios a las IG. Es un riesgo, la posible exclusión de productores artesanos que no tienen la capacidad de cumplir con los estándares industriales, y posible disminución del valor a la que puede ser sometido el producto por producciones masivas.

Café Marcala tiene muy buenas relaciones con organizaciones internacionales que han impulsado proyectos dentro de la región y la DO. Sin embargo, es posible que depender totalmente del financiamiento internacional pueda generar resultados negativos en el futuro.

A continuación, se describen las características de cada caso

Pisco de Perú

El Pisco fue declarado denominación de origen mediante Resolución Directoral N°

072087-DIPI, del 12 de diciembre de 1990, ratificada por el Decreto Supremo N° 001-91-ICTI/IND del 16 de enero de 1991. Para el año 2022, ya cuenta con 10 DO reconocidas: Pisco, Maíz Blanco Gigante Cusco, Chulucanas, Pallar de Ica, Café Villa Rica, Loche de Lambayeque, Café Machu Picchu - Huadquiña, Maca Junín - Pasco, Aceituna de Tacna y Cacao Amazonas Perú (Gobierno del Perú, 2022); siendo Pisco el primer producto del Perú en ser reconocido como una DO.

El historiador Lorenzo Huertas, citado por Gutiérrez (2003), afirma que la referencia histórica más antigua sobre el Pisco en Perú, proviene de un testamento del siglo XVII (p. 250), demostrando que en ese momento se producía aguardiente en la zona.

Según el artículo tres del reglamento de uso de la DO, el Pisco se define de la siguiente manera: “Artículo 3: Es el producto obtenido **exclusivamente** por destilación de mostos frescos de “Uvas Pisqueras” recientemente fermentados, utilizando métodos que mantengan los principios tradicionales de calidad...”. (Resaltado por el autor).

Factores Naturales:

En el mismo Artículo tres del reglamento de uso establece la delimitación geográfica de la zona, la cual es “la costa de los departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y los Valles de Locumba, Sama y Caplina del departamento de Tacna.” (Artículo 3 del Reglamento de la Denominación de Origen Pisco).

El reglamento no establece otros factores climatológicos determinados para la producción, como en otras DO donde la altura o la temperatura juegan un factor determinante para la obtención del producto. Sin embargo, en el artículo cinco se establece cuáles son las uvas determinadas para la producción, siendo ocho tipos de uvas pisqueras las únicas que se pueden usar como materia prima para la producción del Pisco.

Factores Humanos:

En el mismo artículo, se describen tópicos a tomar en cuenta para el proceso de elaboración, es acá donde inciden las personas y el conocimiento que se ha transmitido por años sobre la elaboración del producto.

En la entrevista realizada para este trabajo, José Moquillaza insiste en que es muy importante tomar en cuenta dos factores al momento de generar el pliego de condiciones para la solicitud de una IG, la primera es determinar que el solicitante no esté infringiendo derechos de terceros. Esto tiene que ver con la homonimia, que consiste en la identidad fónica entre palabras que pueden tener distinta significación y/o origen (Real Academia Española, 2021), pues existen uvas que tienen el mismo nombre, pero se dan en lugares diversos, y también existen uvas que tienen las mismas características, pero tienen nombres distintos.

Conflicto con Chile

La primera DO reconocida en Latinoamérica fue Pisco, pero no la DO del Pisco de Perú, objeto de este análisis, sino el Pisco Chileno. Este último fue reconocido mediante el Decreto con Fuerza de Ley (DFL) 181 del 15 de mayo de 1931. En relación a la dinámica del conflicto de Perú y Chile por el Pisco, Moquillaza es enfático en la entrevista, señalando lo siguiente:

Todo jurista de propiedad intelectual, todo marchand de bebidas vínicas y espirituosas, y todo consumidor que tenga, aunque sea un teléfono como el que tenemos nosotros para buscar en internet, puede verificar en un mapa del siglo XVI donde está el pueblo de Pisco, y bueno no puede ir contra la realidad, es histórica, no puede ir contra la realidad de que el puerto de Pisco queda en Perú y se formó geológicamente a millones de años, sigue ahí y no se va a mover de ahí. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada del 29 de julio del 2021).

Afirma también que Pisco es una palabra que proviene del quechua, como se explicó en el punto. Por lo tanto, en su opinión, no tiene dudas de que Pisco sólo puede ser del Perú.

Protección Internacional:

Perú ha sido parte en varios tratados bilaterales, que le permiten en este momento tener acuerdos de libre comercio con los Estados Unidos de América, la UE y los países más importantes del mercado asiático. Esto es positivo, porque cada Estado con que ha contratado Perú en acuerdos de este tipo, reconoce mediante el instrumento a los productos protegidos por IG en Perú, en consecuencia, Perú tiene como evitar que un tercero use el Signo sin autorización.

La adhesión al ALDO, significó para el entrevistado, una ventana de oportunidades importante para Perú, además, le permite estar *“en la gran liga de naciones que protege estos derechos”* (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021). Además de ello, la posibilidad de utilizar las herramientas que provee ser parte de este acuerdo, como es el caso del sistema de registro internacional, y por lo tanto el reconocimiento de las IG del Perú por el resto de los Estados parte, cumpliendo por supuesto con el procedimiento establecido.

A partir de esa iniciativa, los productores sienten una mayor seguridad, y los productos identificados con la DO han tenido oportunidades importantes en distintos mercados.

Gestión

Asimismo, el entrevistado indica que la experiencia que usan en la DO de Pisco como referencia, es la de DO Mezcal. Esto por ser una bebida tradicional que, si bien no parte de una actividad vitivinícola como el Pisco, ambas tienen en común ser bebidas étnicas.

No somos vodka, tampoco whisky, somos una industria de **orfebre líquido**, no son muy grandes como Tequila, que es un monstruo, tiene mucha tecnología aplicada en la industria. En el caso de Mezcal, son artesanos con procesos ancestrales, pero su valor

unitario es 4 o 5 veces el de Tequila. **Creemos que ese es nuestro camino y ese es el futuro del Pisco.** (J. Moquillaza Risco, comunicación privada del 29 de julio del 2021). (Resaltado por el autor).

Partiendo de esas afirmaciones, aclaró que inicialmente la referencia para Pisco era la DO Tequila, lo que llevó a los productores de Pisco a intentar industrializarse. Sin embargo, por la circunstancia actual del mercado, considera que el momento para hacerlo pasó, y que no es posible “pasar de 10 millones de litros a 400 millones de litros.” (J. Moquillaza Risco, comunicación privada del 29 de julio del 2021).

Una recomendación de Moquillaza para las DO de América del sur es diversificar los mercados. Existen modelos de gestión particulares como la de DO Tequila, o la de DO Cognac que tienen éxito por la particularidad de su ubicación. Tequila tiene a los Estados Unidos de América como principal mercado, mientras Cognac funciona muy bien por estar en la UE, pero en Sudamérica no se tiene esos dos mercados tan cerca, por eso es importante la diversificación.

Consejo Regulador:

Según Moquillaza, el CR tiene, al igual que el resto de los CR en Perú, dos dificultades: En primer lugar, que el presidente del CR es un productor, y para la experiencia internacional no es conveniente que eso sea así. Incluso, a pesar de que esté permitido por la legislación andina, para el entrevistado, el órgano de gestión de la DO no debería ser un productor, porque esto podría aumentar el nivel de conflicto entre los productores y el CR.

En segundo lugar, en Perú existe una prohibición para el auto gravamen del producto, es decir, el producto no puede cargarse con un porcentaje del valor que se destine al CR para el desarrollo de la DO. De esta manera, es difícil que la DO sea sustentable, y pedir aportes a los productores tiene sus complicaciones porque los productores, en su mayoría son artesanos. En consecuencia, el CR no tiene la fuerza de los CR de DO exitosas en otros países

latinoamericanos.

Por otro lado, si bien el CR de Pisco tiene normas para resolver conflictos, el Estado, al ser titular de los derechos sobre el signo, puede suspender la delegación de las facultades otorgadas al CR. Otra debilidad es la ubicación del CR, en este momento su sede está en la ciudad de Arequipa cuya distancia con Lima, la capital, es de aproximadamente 1.000 km. Esto puede entorpecer las comunicaciones con los productores, el INDECOPI, los exportadores, entre otros actores relacionados con la DO Pisco.

Mercadeo

Desde el campo del mercadeo, se destaca que a diferencia del caso de Café Marcala - cuyo caso de estudio se analiza de seguidas-, cada marca promociona su producto por separado, es decir, no hay actividades de promoción en conjunto según lo expresado por el entrevistado. Ante esta situación, Moquillaza expresa que quienes pueden entonces promocionar con mayor fuerza son los que producen más volumen del producto, en contraposición con los que se enfocan en la calidad del producto. El autor del presente trabajo concuerda con este planteamiento porque en el caso en particular, la industrialización disminuye el valor del producto, y este es el principal incentivo para el desarrollo de la DO, incrementar el valor del producto por sus características y reputación.

Para Moquillaza, el funcionamiento de la DO Pisco en territorios extranjeros ha sido bueno, la protección ha sido efectiva porque diversas agencias del Estado son las encargadas de la vigilancia sobre la DO, tal es el caso de la Cancillería del Perú. Además, sus embajadas son las encargadas de defender el Pisco, con la asesoría de INDECOPI.

El entrevistado expresa que una de las lecciones más importantes aprendidas en la gestión de la DO Pisco, es que las IG tienen como objetivo la creación de valor, visión que, para él, no comparten los industriales porque al enfocarse en el volumen, obstaculizan la posibilidad

de obtener más valor.

DO Café Marcala:

Honduras es un país que no tuvo un desarrollo importante en el reconocimiento de IG durante el siglo XX. Sin embargo, debido al impulso del ADPIC sobre la dinámica de las IG en los mercados internacionales, el país centroamericano comenzó a examinar posibles productos susceptibles de reconocimiento.

El rubro más importante de exportación de Honduras es el café, por lo que la primera DO reconocida por el Estado centroamericano forma parte de este rubro. Es la DO Café Marcala, cuya representación gráfica es la siguiente:



Figura 1. DO Café Marcala

Fuente: imagen extraída de Moreno, Z. (2021) Protección del “Café Marcala”. Consejos Reguladores de Indicaciones Geográficas. Casos de Éxito. Colección ASIPI.

La DO debe su nombre al municipio de Marcala, que fue fundado en el año 1635. Tiene sus orígenes en la adopción del café, introducido por inmigrantes alemanes en el siglo XIX. Con ello, comienza la producción de café en Honduras, transformándose con el tiempo en su principal rubro de exportación.

El procedimiento para la elaboración del café, si bien es consecuencia de la transmisión del conocimiento de dichos inmigrantes europeos, se enriquece a partir del aporte de la cultura

originaria “Lenca” en los procesos de producción, debido a la participación operativa de los miembros de esta población indígena.

La DO fue reconocida el 18 de noviembre del 2005 emitido por el organismo competente en Propiedad Intelectual, que en Honduras se denomina “Instituto de Propiedad”. Para que fuese posible el reconocimiento, organizaciones internacionales tuvieron influencia, tanto financiera como organizativamente. Así lo afirman Ayala Durán y Radomsky (2020):

Por otra parte, el desarrollo de la DO Marcala en Honduras fue posible gracias al involucramiento de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID) (Bautista y Díaz, 2018). Adicionalmente, agencias españolas descentralizadas de la cooperación andaluza, como la Fundación ETEA para el Desarrollo, también han trabajado con la DO Marcala en el mismo país. (Indicaciones Geográficas en Centroamérica: un crecimiento poco diversificado) (s.n/p).

Moreno (2021), también lo confirma:

En esos casos hemos tenido muchos proyectos de productividad, de valor agregado, calidad, y tenemos muchos entes financieros, principalmente la UE nos ha apoyado mucho con proyectos, la **Junta de Andalucía de España**, con ellos hemos tenido proyectos, desde 2012 a la fecha, que son proyectos por supuesto de donar fondos, hay que tener un buen control administrativo, al momento de liquidar hay que hacer auditorías y todo. Dependiendo de eso podemos seguir compitiendo por más fondos. Eso nos ha ayudado para mejorar las condiciones a nivel del productor y también ir logrando la sostenibilidad del consejo en sí. (Conferencia “La experiencia de la Denominación de Origen Café Marcala de Honduras”, siete de diciembre de 2021). (Resaltado por el autor).

Es decir, la cooperación con las organizaciones no culminó con el reconocimiento de la DO, sino que se ha incrementado a través de la planificación y ejecución de proyectos que

mejoran las condiciones financieras y, por lo tanto, la sustentabilidad de la DO Café Marcala.

Elementos de la DO Café Marcala:

Factores Naturales:

La DO abarca un territorio conformado políticamente por 19 municipios, que se encuentran en la cordillera de Montecillos. Es así como la mayoría del territorio tiene una altura importante, las fincas caficultoras de los productores se encuentran en un promedio de 1.450 metros sobre el nivel del mar. Asimismo, las variedades de café protegidas, según el reglamento de Café Marcala, son Típica, Bourbon, Caturra, Catuai, Pacamara, Pacas y Villa Sarchi.

Factor Humano:

La influencia de la intervención del ser humano en la reputación del producto es un requisito esencial para clasificar a Marcala como una DO. Es por ello que se mencionan dos prácticas tradicionales en dicho proceso: el primero, ocurre al sembrar el café, los productores fabrican un sustrato para combatir la debilidad del suelo de la región por su falta de nutrientes; de lo contrario, disminuiría las posibilidades del desarrollo de la planta. En segundo lugar, en la cosecha, los productores usan un sistema para clasificar el café llamado “doble tumbilla”; de esta manera separan el café para que las mejores semillas sigan el proceso (Moreno, 2021, p. 58).

Producto:

Experiencia del CR en el desarrollo de la DO Café Marcala:

Para Moreno (2021), existen cuatro componentes en los que la DO Café Marcala basó sus actividades y el funcionamiento del Consejo Regulador, estas son: 1.- Componente Técnico. 2.- Componente Legal. 3.- Componente Comercial; y 4.- Componente Organizativo (p. 57). Dichos componentes guardan una relación importante con los criterios para el éxito de una IG

identificados por el Centro de Comercio Internacional (2009) reseñados en este trabajo.

Componente Técnico.

Como se mencionó anteriormente, el CR también es responsable de controlar la calidad del producto. Es por ello, que crearon un sistema de certificación para “el otorgamiento del Certificado de Origen y Calidad”. De esta manera, el CR puede vigilar todo el proceso de producción hasta la obtención del producto final.

Dicho certificado se entrega por cada lote (de uno a 450 quintales) de café, y para la obtención del mismo, el proceso pasa por tres unidades: La primera es la Unidad de certificación, que se encarga de la recopilación de la información y la revisión del cumplimiento del reglamento de uso. La segunda es la Unidad de verificación, que realiza el trabajo de campo, es decir, la constituyen los supervisores que se encargan de vigilar el proceso de producción *in situ*. La tercera y última, la Unidad de laboratorio, que está conformada por los especialistas que certifican el cumplimiento de las características “físicas y organolépticas” del café.

Las normas técnicas de Café Marcala, se establecen en el reglamento de uso. Para la formación de estas normas, Moreno (2021) expresa lo siguiente:

No íbamos a inventar cosas, no es que, si tenemos todo nuestro café a pleno sol, vamos a establecer en el reglamento que es bajo sombra, no. Esto es así, porque el reglamento lo tienen que cumplir la mayoría de los productores. **Entonces es importante se establezca en el reglamento, lo que realmente hacemos.** (Conferencia “La experiencia de la Denominación de Origen Café Marcala de Honduras”, siete de diciembre de 2021). (Resaltado por el autor).

Partiendo de ello, podemos afirmar entonces, que el reglamento de uso del signo fue determinado por el funcionamiento, o las condiciones de producción de la mayoría de los

productores. Como lo remarca Moreno, lo que prevaleció al momento de la creación de esas normas es lo que realmente hacen los productores. Adicionar condiciones, que incluso, tal vez puedan favorecer al producto final, podría perjudicar a un buen número de productores por la imposibilidad material de cumplir con dichas condiciones.

Componente Legal:

El trabajo para el reconocimiento de Café Marcala comenzó en el año 2002, y culminó con el reconocimiento en el año 2005. Posteriormente, se conformó el CR en el 200 y el reglamento de uso se aprobó el 23 de noviembre del 2011, es decir, pasaron cinco años entre la constitución del CR y la creación de las normas que rigen la DO. Esta situación creemos que es una irregularidad, porque puede impedir el cumplimiento de los objetivos de una DO y su funcionamiento.

Por otro lado, la importancia de la protección internacional, radica en que lo más relevante de estos signos es el reconocimiento en los mercados extranjeros, sobre todo, los mercados cuyos consumidores poseen un mayor poder adquisitivo. Es por ello que el primer paso para la DO Café Marcala, luego del reconocimiento en Honduras, es planificar una estrategia de protección en otros territorios. En consecuencia, el primero de agosto de 2013, la DO Café Marcala se menciona en el Acuerdo de Asociación UE-Centroamérica de la UE con los países de Centroamérica. Dicha mención no es un reconocimiento inmediato, pero si abre la puerta para el reconocimiento en la UE de Café Marcala, sin embargo, no lo exime del procedimiento para el mismo que fue iniciado por la ADOPCAM desde el año 2012, para el año 2022 aún no ha sido reconocida por la UE.

Así lo reseñan Ayala Durán y Radomsky (2020):

Por otra parte, una estrategia recientemente adoptada por los países centroamericanos **es la inclusión de IGs en las negociaciones de nuevos tratados comerciales.** La

estrategia pareciera estar directamente relacionada con el eje de maximización de beneficios económicos asociado a las IGs, puesto que los bienes protegidos con estos esquemas serían sujeto de reconocimiento en otros Estados. De tal forma, en función del macro **Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica**, firmado en 2012, **Europa se compromete a proteger las IGs centroamericanas** Banano de Costa Rica, Bálsamo y Café Apaneca-Ilamatepec (El Salvador), el Café Antigua y Ron Guatemala, el **Café Marcala** y del Occidente Hondureño, el Café de Nicaragua y Queso Chontaleño, así como el Seco de Panamá. (s.n/p). (Resaltado por el autor).

Los tratados bilaterales, y en este caso particular, multilaterales, son instrumentos que pueden considerarse para la protección de las IG. A pesar del esfuerzo de la Unión de Lisboa, aún no cuenta con un número de Estados Parte similar al CUP o al ADPIC. Honduras, no forma parte del ALDO, por lo que instrumentos como los tratados bilaterales suplen esa carencia.

Componente Comercial:

En su trabajo Moreno (2021) posiciona este componente como el último que se sumó al trabajo de la DO (p. 64). Sin embargo, para la autora fue un punto de inflexión para entender que el reconocimiento es el primer paso para el desarrollo de la DO. De esta manera, a partir del 2006 comenzaron a aplicar estrategias de comunicación en medios masivos y en redes sociales.

Además, el CR organiza eventos para la promoción de la DO, tal es el caso del Festival Cafecultura Marcala, que se institucionalizó en el año 2008. En palabras de Moreno, en la conferencia titulada “La experiencia de la Denominación de Origen Café Marcala de Honduras”, organizada en fecha siete de diciembre del año 2021 por la Dirección de Indicaciones Geográficas Protegidas del SAPI, el festival tiene como función:

[...] dar a conocer todo lo del café, hacemos competencias de café, vienen compradores

internacionales, se hacen subastas del café, aspectos culturales, la gente que viene puede ver danzas folklóricas, puede ver todas las artesanías y todos los aspectos del mercado local que tenemos. O sea, le damos a toda la gente de la región que traiga sus productos y le mostramos al mundo lo que tenemos. (Conferencia “La experiencia de la Denominación de Origen Café Marcala de Honduras”, siete de diciembre de 2021).

Por lo tanto, mediante el festival no sólo promocionan el área, sino también a toda la región de Marcala, tanto en el aspecto comercial como el cultural.

Componente Organizativo:

En cuanto al componente organizativo, el primer paso fue crear el Consejo Regulador a través de la constitución de la Asociación Denominación de Origen Café Marcala (ADOPCAM). Moreno indicó, en la conferencia antes mencionada, que el componente organizativo consiste en: “el funcionamiento del Consejo Regulador, la forma en que trabajamos con los productores, cómo vamos logrando que todos vayamos cumpliendo esta serie de requisitos que se han establecido para ser parte de la DO”. (Conferencia “La experiencia de la Denominación de Origen Café Marcala de Honduras”, siete de diciembre de 2021).

Es así, como el CR de la DO Café Marcala es la pieza fundamental para la organización de los actores alrededor de la DO. En ese sentido, las funciones del CR son “**defender, mercadear, controlar y regular** la comercialización del café con el sello de la DO Café Marcala...” (Moreno, 2021, p. 61). El CR es entonces, el principal interesado en evitar el uso no autorizado por terceros del signo, además de mantener los estándares de calidad, e impulsar las ventas de los productos bajo la DO Café Marcala.

El éxito de la DO Café Marcala se puede medir en el dato de la cantidad de socios. Para el año 2020 son 2.495 socios, en contraste con los 24 iniciales al momento de la constitución de ADOPCAM. Cada vez más productores creen que asociarse y certificar a través de las normas,

el uso del signo, les va a permitir generar mejores ingresos, además de que son conscientes del impacto que genera la buena gestión de la DO en la región.

Contar con organizaciones internacionales que apoyan la creación y consolidación de las IG en el mundo, es una fortaleza importante con la que contó Café Marcala. La Agencia Andaluza de Cooperación está muy involucrada con la DO, creando proyectos relacionados con la productividad, apoyando financieramente a Café Marcala. Por ejemplo, el aumento del valor del café gracias identificado con el signo, es un incentivo importante para estos productores. En este último punto, Moreno remarcó que el valor de los productos no aumenta de inmediato con el reconocimiento de la DO, es un proceso, además el mercado es quien va dictando ese incremento.

En conclusión, la DO Café Marcala no ven al Signo solo como una herramienta de protección, Zoila Moreno plantea que la DO:

[...] nos puede ayudar a desarrollar una economía muy dinámica y muy interesante alrededor de este producto, que para nosotros una DO significa qué es un producto especial, pero a la vez se van generando una serie de actividades alrededor de ella que quizás en el momento de la protección no notamos, pero que van generando realmente un crecimiento social y económico muy interesante. (Conferencia “La experiencia de la Denominación de Origen Café Marcala de Honduras”, siete de diciembre de 2021). (Resaltado por el autor).

Por lo tanto, la DO Café Marcala no sólo ha beneficiado a los productores, sino a la población en general en la región de Marcala. Alrededor de la actividad principal de producción de café certificado para el uso de la DO, se generan distintos movimientos económicos en otros rubros, y actividades sociales que se promueven incluso desde el CR como las clases de música para los niños de la zona, o el festival de Cafecultura mencionado en este trabajo.

Ron de Venezuela



Figura 2. DO Ron de Venezuela.

Ron de Venezuela fue reconocida como una DOC por el Estado venezolano a través del Boletín de Propiedad Industrial número 459 en fecha cuatro de noviembre del 2003, bajo las normas comunitarias de la CAN. Es la tercera IG reconocida en Venezuela, y la que ha tenido mayor impacto en los mercados internacionales.

En cuanto a las características del producto, Poggi (2020) expresa lo siguiente:

De igual forma, cuando saboreamos el ron de Venezuela y apreciamos el olor y sabor a madera y vainilla, y probablemente a caramelo y cacao, recordamos la reputación que tiene este producto a nivel nacional y ahora también internacional; todo esto debido a la combinación de factores geográficos y humanos. La calidad de la materia prima para la elaboración del ron (caña de azúcar, cultivada en el país desde la época colonial), así como los procesos de producción del ron, la experiencia de los maestros roneros, combinado con las condiciones geográficas, particularmente la baja latitud (350 metros sobre el nivel del mar), alta presión atmosférica y los elementos físicos y químicos, crean las condiciones especiales para crear un producto vinculado al territorio y a su gente. (pp.163).

En ese sentido, el producto es el resultado de elementos naturales y humanos que convergen en un territorio determinado dándole ciertas características y reputación. Hasta hace unos años, el consumo interno del ron era considerablemente menor al consumo de Whisky. Por lo que, la industria se ha esforzado para posicionarse de una forma distinta en el mercado, como lo reseña Soria (2015): “Por su precio siempre es una alternativa popular. Por su calidad viene subiendo, en forma sostenida, la pendiente de las clases sociales. Busca recuperar posiciones perdidas décadas atrás, en el mercado interno.” (p.1).

Para 2009, la comercialización de Ron de Venezuela en el comercio internacional tuvo un peso del 55 % de la cuota del mercado de rones de calidad súper y ultra premium (Ramírez, 2009, citado por Soria, 2015). Llegar a ese resultado, fue producto del desarrollo de normas de calidad y el cumplimiento de las empresas autorizadas a usar la DO. Por ejemplo, uno de los factores que tiene influencia en la calidad del producto, es la norma que obliga a añejar el ron por al menos 720 días en barricas con unos materiales específicos.

Néstor Ortega, maestro ronero con más de treinta años en la famosa marca Ron Santa Teresa, dio esta explicación sobre el envejecimiento (Ramírez, 2009). Durante el tiempo de añejamiento, **el alcohol interactúa con las barricas que han sido quemadas en su interior y comienza a extraerle resinas.** Se intercambian elementos entre el líquido depositado, mientras tiene lugar un constante proceso de evaporación. A lo largo de la jornada (el añejamiento básico de ley es de 720 días) a las temperaturas del trópico, que pueden llegar a los 32° C, el alcohol traspasa los poros de la madera para evaporarse. En las noches, con temperatura de unos 22° C, el líquido se contrae. «Es como si el ron bajo añejamiento respirara, en el día exhala alcohol y en la noche inhala oxígeno», describe Ortega. Ese proceso de intercambios internos y externos le otorga suavidad y diferencia al ron. (Soria, 2015, p.2).

Factores Naturales:

Este fragmento de uno de los considerandos de la resolución donde se declara el reconocimiento de la DO Ron de Venezuela, citado por Astudillo (2005) expresa el factor natural, las características del lugar de origen del producto:

[...] tierras ricas y soleadas, vientos que mantienen un ritmo constante, lluvias abundantes durante todo el año, y una altitud ideal que garantiza temperaturas muy frescas por la noche y suficientemente cálidas en el día, favorecen el alto desarrollo de concentraciones de sacarosa en el tallo de la caña. Del procesamiento de la caña se obtienen melazas de altísima calidad, que luego de ser sometidas a un proceso de fermentación y de destilación permite obtener alcoholes que serán envejecidos en barricas de roble. (Astudillo Gómez, 2005, p. s.n/p)

Esas condiciones naturales son las que inciden suficientemente en el producto, para dotarlo de una calidad y características que sólo puede contener el Ron de Venezuela. Por otro lado, la delimitación del territorio de la DO comprende a 11 estados del país, siendo estos: Miranda, Aragua, Carabobo, Cojedes, Lara, Yaracuy, Barinas, Portuguesa, Táchira, Trujillo, Sucre y Monagas.

Factores Humanos:

Al igual que los casos anteriores, el factor humano es fundamental para cumplir con los extremos y la doble vinculación. En el caso de la DO Ron de Venezuela este factor se traduce en la tradición venezolana de la siembra de caña de azúcar, con métodos que desde hace varios siglos se han transmitido de generación en generación de cañicultores. Por otro lado, Astudillo Gómez (2005) también menciona los métodos de elaboración sistemática del ron y que estos provienen del año 1986.

Consejo Regulador:

La creación del CR de Ron de Venezuela se produjo cinco años después del reconocimiento de DO. En principio, con la constitución de la Asociación Civil FONPROVEN, se generó una persona jurídica que se encarga de promover al ron venezolano, sin embargo, FONPROVEN no es en sí el CR, pues como lo expresa Angulo, la dificultad que representó la creación del CR ocurrió debido al desconocimiento total de la figura de las instituciones venezolanas sobre la materia. Es por ello que se tomó la decisión de crear el CR a través de una Asamblea de miembros de FONPROVEN; este no es un órgano dependiente de la Asociación, es decir, sus decisiones no tienen que ser avaladas por FONPROVEN. Además, Angulo también resalta que no todas las personas que ocupan cargos de la Junta Directiva del CR son miembros de FONPROVEN.

Mercadeo:

Desde el mercadeo, Rebeca Simeone (gerente de mercadeo de Ron Santa Teresa) opina que en el exterior es más sencillo vender el producto, porque a diferencia de Venezuela, en buena parte de los territorios de los mercados de interés para la DO Ron de Venezuela, no hay restricciones tan limitantes para la publicidad de bebidas espirituosas.

Al igual que en los primeros casos, los productores que están autorizados para el uso de la DO Ron de Venezuela, compiten entre ellos tanto en el mercado interno como en el mercado internacional. Sin embargo, a pesar de esa competencia, Simeone expresa que existe un mensaje implícito de que la DO agrupa al mejor Ron del mundo. Incluso, FONPROVEN promueve la participación de las distintas marcas que llevan la certificación de la DO en competencias internacionales, donde han ganado premios a lo largo de los años como las 17 medallas que obtuvieron en el London Spirits Competition del año 2021 (Villapol, L. 2021, s.n/p).

De hecho, el trabajo de transformar la percepción del consumidor interno ha dado frutos para el Ron en general, pues según Simeone, en Venezuela para el año 2016, la cerveza tenía una penetración en el mercado de 95 %, mientras que el ron sólo era de 60 %. En cambio, para el año 2021, ambos rubros tienen una penetración cercana al 76 %.

Calidad

Para Andrea Pérez, gerente de calidad de Ron Santa Teresa, empresa miembro de FONPROVEN y autorizada para usar la DO, antes de la creación del CR, las certificaciones eran directamente otorgadas por los maestros roneros. Sin embargo, a partir de la aplicación de lineamientos del CR, se obligó a cada empresa miembro a tener en su staff un maestro ronero certificado.

Pérez también menciona que, a partir de la entrada en vigencia de las normas del CR, les correspondía recibir auditorías; la primera fue en el año 2018, la segunda a finales del año 2020. Dichas auditorías son realizadas por el CR a través de la subcontratación de la Asociación Civil FONDONORMA, organización que está acreditada a nivel internacional para emitir certificaciones de las normas ISO.

Partiendo de la experiencia de Ron Santa Teresa, una de las empresas autorizadas para usar la DO, notamos que las decisiones sobre los procesos internos están supeditados a la afectación que puedan tener sobre la DO Ron de Venezuela. Además, Pérez expresa:

Es decir, para nosotros es fundamental que el cumplimiento de las normas de uso y de calidad de la DOC, sea parte de nuestro día a día. Nosotros garantizamos que a nivel de proceso productivo se cumplan con todos los requisitos legales y reglamentarios asociados como los de la Ley del Impuesto sobre Alcohol y Especies Alcohólicas. Asimismo, garantizamos también que se cumplan con todos los **estándares del CR al nivel de las materias primas** que utilizamos, aseguramos que desde el punto de vista

de investigación y desarrollo se respeten los estándares o las **formas de producción tradicional** y que dentro de las fórmulas se respete el contenido de melaza y el contenido de alcohol que se haya **fabricado dentro de la zona delimitada**. (A. Pérez, comunicación privada, 13 de julio de 2021).

Es por lo que se considera que parte del éxito de la DO Ron de Venezuela, ha sido la adecuación de los procesos de los productores al cumplimiento de las normas de calidad. En lo expresado por Pérez, se encuentra el cumplimiento de los estándares de las materias primas, mantener las formas de producción tradicionales y la zona delimitada.

Si bien el CR no tiene convenio con universidades, constantemente hay pasantes dentro de las empresas productoras que apoyan sobre todo en el área de investigación y desarrollo. Al menos así lo confirma Pérez en la entrevista; estos pasantes desarrollan su trabajo de grado sobre algún proceso en la empresa.

Para la entrevistada, en su experiencia en la industria, lo más importante para el desarrollo de la DO es la estandarización de los procesos para el cumplimiento de la normativa de calidad de las mismas; de esta manera se logra que el producto siempre tenga las características mínimas semejantes que exige la DO, expresa que esa es su “*columna vertebral*”.

Una de las dificultades en el tema de la calidad, fue la escasez de las materias primas establecidas en el reglamento entre los años 2016 y 2019, como lo es la caña de azúcar con la cual se produce la melaza que se utiliza en el proceso de producción del ron; por lo tanto, si la materia prima no proviene de la caña cultivada en las zonas delimitadas, el lote de productos no podría llevar la etiqueta de la DO.

Protección Jurídica:

Para la entrevistada, Annette Ángulo, es urgente la adhesión de Venezuela en el Arreglo de Lisboa, de esta manera, el país podría acceder al sistema de registro internacional de Lisboa, lo que aumentaría las posibilidades de lograr una protección jurídica eficaz en los mercados de los países miembros del tratado. Esto además abriría la posibilidad que desde FONPROVEN se impulse el registro internacional en el sistema, porque el Acta de Ginebra del ALDO lo permite.

En cuanto a la relación entre el Estado, el CR y los productores autorizados, expresa que es importante que el Estado acompañe el proceso y brinde las oportunidades para el desarrollo de la DO. Es decir, al igual que Moquillaza, no está de acuerdo con el asistencialismo del Estado, pero sí con el acompañamiento.

Sin embargo, para Angulo, uno de los pilares del éxito de Ron de Venezuela, es que la DOC “descansa sobre la iniciativa privada” (A. Angulo, comunicación privada, 12 de julio de 2021); en ese aspecto, se refiere sobre todo al ámbito económico. En la experiencia de la DOC Ron de Venezuela cada productor tiene un objetivo muy claro, que es la sustentabilidad de negocio.

Actualización de la DO Ron de Venezuela:

En el año 2019 ocurrió el proceso de actualización de la DO Ron de Venezuela. De esta manera, el organismo competente, en este caso el SAPI, se encargó de determinar si las condiciones establecidas que permiten la existencia de la DO, aún seguían vigentes para el momento. El resultado del proceso derivó en la resolución N° 162-2019 del SAPI donde se establece el nombre de **Denominación de Origen Controlado** al Ron de Venezuela. Además, el número de productores autorizados aumentó a 12 empresas.

Capítulo V

Propuesta:

Lineamientos para el Uso de las Indicaciones Geográficas en la República Bolivariana de Venezuela

Introducción

La siguiente propuesta se fundamenta en el análisis de tres estudios de caso de indicaciones geográficas: Ron de Venezuela, Pisco Perú y Café Marcala, así como entrevista a expertos, a partir de la cual se han identificado una serie de lineamientos que pueden ser útiles para el desarrollo positivo de las IG en la República Bolivariana de Venezuela.

Objetivo de la propuesta

La propuesta tiene como objetivo, suministrar recomendaciones a los productores que deseen solicitar el reconocimiento de una IG, a los CR ya constituidos, al Estado, y en general a los actores que orbitan sobre el desarrollo de las IG en Venezuela, para la buena gestión de las mismas.

Elementos considerados

Para la presente propuesta se consideraron los siguientes aspectos:

1. Objeto de la Indicación Geográfica Artesanal o Industrial.
2. La delimitación adecuada de la zona geográfica.
3. Estrategias para la protección internacional de la IG.
4. La relación de la IG con el Estado.
5. Experiencia previa a la IG.
6. Turismo e IG.

Tema en común	Definición	Posiciones	Lineamiento identificado por el autor
Orientación de la IG Artesanal o Industrial.	Este tema se refiere a la forma de explotación del producto protegido por una IG y la conveniencia o inconveniencia de la aplicación de procedimientos industriales para su desarrollo óptimo.	<p>Moquillaza ha indicado que la industrialización no debería ser el primer objetivo de las IG.</p> <p>Angulo ha manifestado que la industrialización ha contribuido positivamente en la experiencia de la DO Ron de Venezuela.</p> <p>Zamora (2021) expresa en su trabajo que la industrialización puede significar la pérdida de saberes y procesos ancestrales.</p>	El autor del presente trabajo concluye que la industrialización como objetivo principal de la gestión de una IG, puede ser perjudicial para el conjunto de productores de la IG. Además, puede causar una pérdida de valor del producto.
Delimitación del territorio protegido.	La definición del espacio o territorio específico donde se producen.	Dominguez Arista (2021) plantea el conflicto por la expansión de la zona delimitada de la DO Mezcal.	El autor de este trabajo identifica la importancia del estudio previo para determinar la zona delimitada.
Protección internacional	Este tema cubre los elementos necesarios para la protección de una IG en territorios distintos al del país de origen.	<p>Moquillaza resaltó la importancia del registro de Pisco en el Sistema de Lisboa, además de los tratados de libre comercio firmados por Perú.</p> <p>Angulo tiene una posición similar, y cree que la adhesión de Venezuela al ALDO y al AMDI es impostergable.</p>	El autor de este trabajo concluye que es necesario, para los actores crear estrategias para la protección internacional de las IG. Pues estas permiten asegurar la defensa contra el uso de terceros no autorizados, en los mercados donde interese ingresar los productos identificados bajo el mismo.
Las IG y el Estado	Este tema toca la relación que existe entre el titular de la IG y los productores y el CR.	<p>Moquillaza expresó que el Estado debe acompañar a la asociación de productores y al desarrollo de la IG.</p> <p>Angulo está de acuerdo con esa posición y agrega que la función del organismo competente no se debe agotar con él.</p>	El autor de este trabajo, concluye que si bien la titularidad la IG es del Estado, la relación de la IG con este no debe partir de la asistencia y, por lo tanto, de una dependencia total. Además, para lograr un resultado positivo, es

		Astudillo planteó que el organismo competente no puede actuar como un CR. Además, expresó que el Estado asuma facultades muy reguladoras es perjudicial para las IG.	importante el acompañamiento del Estado que puede significar, la promoción, asesorías para la solicitud,
Formas de protección de las IG	Dentro de los signos distintivos existen distintas formas para proteger el origen.	Astudillo planteó un criterio que consiste en comenzar a proteger las IG a través de marcas colectivas.	El autor identifica que la forma de protección puede ser escalable, de un signo menos complejo hasta llegar a una IG o una DO, esto puede beneficiar el desarrollo en la práctica para los productores.
		Moquillaza tiene una posición contraria a ese argumento, y plantea que los bienes culturales no se protegen por la vía de las marcas.	
		Angulo está de acuerdo con explorar otras formas distintas de protección, además de la DO para Ron de Venezuela, para robustecer la protección en otros territorios.	
Promoción de las IG	Existen diversos tipos de actividades para la promoción, que pueden también permitir el desarrollo cultural.	Moreno describió las actividades que llevan a cabo en la región de Marcala, como el festival del Café, que promueve la cultura y atrae inversionistas.	El autor determina, que a partir de la IG, la región delimitada se puede ver beneficiada en distintos sentidos, entre otras cosas por las actividades que se generan alrededor de la misma.

Tabla 7. Lineamientos identificados a partir de las entrevistas y estudios de casos de éxito.

Fuente: Elaboración propia.

Lineamientos para buena gestión de las IG.

A continuación, se describen cada uno de los lineamientos, de acuerdo con los elementos identificados:

Objeto de la Indicación Geográfica Artesanal o Industrial

La industrialización puede ser un problema para las indicaciones geográficas.

El experto José Moquillaza, considera como productor, que la industrialización al menos en el caso de Pisco, ha sido contraproducente. El intento de industrialización que los productores de la DO impulsaron, tuvo un impacto importante en la pérdida de valor del producto, que sólo pueden asumir los industriales, perjudicando a los productores artesanales quienes son mayoría.

Otro ejemplo de industrialización se tiene en el caso de Emmental una denominación que identifica quesos sin estar protegida a través de una IG, y un signo como Franche Comté, que sí está reconocido como una IG. A pesar de industrializar su producción Emmental disminuyó sus ventas durante más de una década. Por el contrario, la estrategia de Comté según el Centro de Comercio Internacional (2009):

... goza de un crecimiento sostenido desde 1992, año de su reconocimiento formal por la UE (...). La migración rural desde la región con DOP de Comté es apenas la mitad que en el caso la región del Emmental. Esto se explica en parte también por el aumento de los ingresos derivados del turismo que recorre las "Rutas del Comté", con un total de 2,2 millones de pernoctaciones establecimientos hoteleros en 2002 y un considerable volumen de ventas *in situ* directamente de los productores. (p. 37) (Cursivas del texto de origen).

Es así como la estrategia de industrialización del producto de Emmental, tuvo un rendimiento mucho menor en términos económicos, y en producción de puestos de trabajo, que la DO francesa Franché Comté, cuya estrategia fue mantener sus procesos de producción tradicional.

Otros autores opinan que, más allá del rendimiento económico, el riesgo de las industrializaciones es la pérdida de los conocimientos y los modos de producción ancestrales. En el caso del mezcal lo expresa Zamora (2021):

En efecto, para los productores y consumidores soltecos, el mezcal sobrepasa todo beneficio económico, siendo su industrialización un peligro para la continuidad del conocimiento arraigado a su actividad productiva y al mantenimiento de una tradición, tanto en sus espacios y momentos de consumo, como en su propio proceso de elaboración. Especialmente para aquel conocimiento “más puro”, ligado a los procesos ancestrales y promovido por los palenqueros más experimentados. (p. 9)

En ese sentido, si en el proceso de industrialización de una IG no se cuidan los procesos ancestrales y tradicionales, el factor humano como condición para el reconocimiento de una DO se perdería, por lo tanto, la propia DO también dejaría de cumplir su función. Sin embargo, para Angulo, en el caso de la DO Ron de Venezuela la industrialización ha sido positiva. Plantea que la “satanización” a la industrialización ha sido una barrera para otras IG en Venezuela.

Por lo tanto, en opinión del autor de este trabajo, la decisión de promover una industrialización de la producción en el contexto de las IG, tendrá un resultado distinto dependiendo del caso. En ese sentido, está de acuerdo con Moquillaza, en que no debe ser el objetivo inmediato luego del reconocimiento de la IG, pues considera que es necesario consolidar el grupo de productores, las normas del reglamento de uso, el funcionamiento del CR y otros aspectos, antes de plantear una industrialización que podría liquidar a los productores artesanales y los conocimientos ancestrales de los procesos sin haber comenzado el proceso de adaptación y puesta en práctica del uso de la IG.

Delimitación adecuada de la zona geográfica.

La delimitación geográfica es una de los requisitos que se deben presentar en el pliego de condiciones al momento de solicitar el reconocimiento de una IG en sentido general. En consecuencia, es muy importante que esa delimitación esté sustentada en los estudios previos para la estructuración de dicho pliego de condiciones, pues una delimitación mal planteada puede

involucrar regiones con características distintas que inciden en el resultado del producto, o puede dejar por fuera regiones o zonas que sí poseen las condiciones para entrar en la delimitación.

En México, se han generado conflictos entre distintos actores alrededor de la DO Mezcal, a partir de las extensiones que se le han hecho a la zona delimitada.

Cuando una DO se extiende es porque quienes solicitan ser incluidos debieron estar en ella desde el principio justificadamente. El problema principal en la DOM es que lo mismo se llama “mezcal” en Oaxaca que, en Guanajuato, San Luis Potosí o Puebla, y que cada uno de estos mezcales, aunque lleva en general el mismo proceso de producción, sabe distinto y es resultado de diversos climas, diferentes culturas y saberes (Domínguez Arista, 2021, p. 121).

En efecto, una extensión desmedida puede afectar directamente la producción y por lo tanto el sabor, la textura entre otras características dependiendo del producto. Por lo tanto, para el autor del presente trabajo es importante un estudio muy riguroso previo a la solicitud, para determinar qué regiones entrarían en la zona y hasta donde serían sus límites legítimos.

Estrategias para la protección internacional de la IG.

Para Moquillaza en su entrevista, el área jurídica es fundamental para lograr el objetivo de las IG. En la experiencia de Pisco, tanto INDECOPI como agencias del Estado y la Cancillería son los responsables de la defensa jurídica de la DO. Además, expresa que Perú ha dado pasos muy importantes para avanzar en la protección de sus IG y DO, siendo uno de los más importantes la adhesión en el ALDO y el posterior registro de Pisco en el sistema de Lisboa.

La posición de Angulo es consonante con lo propuesto por Moquillaza. Para ella, es impostergable que el Estado venezolano logre la adhesión al Arreglo de Madrid y al Arreglo de Lisboa. De esta manera, podría la DO Ron de Venezuela ser reconocida por los Estados parte

del ALDO. De igual manera, en el caso de Café Marcala, si bien Honduras no forma parte del ALDO, están intentando el reconocimiento de la DO en la UE, al igual que la DO Ron de Venezuela.

En consecuencia, para los entrevistados, y en los casos analizados, existe un consenso sobre los criterios en cuanto a la importancia de la protección internacional. Es una herramienta que todos los actores involucrados en una IG quisieran tener, y expandir la protección a más territorios, para poder defender los derechos sobre el signo, y por otro lado, posicionar a los productos que se diferencian con el mismo.

En la opinión del autor de este trabajo, uno de los objetivos materiales del reconocimiento de estos signos en un país, es la posibilidad de ingresar los productos que identifican dichos signos en mercados internacionales, en ese sentido, si no es posible evitar el uso no autorizado por parte de terceros en los territorios de estos mercados, probablemente el esfuerzo organizacional y financiero, se pueda ver afectado.

La relación de la IG con el Estado

Tanto para Moquillaza como para Angulo, la función del Estado, a través de su organismo competente en materia de IG no se debe agotar con el reconocimiento. El acompañamiento es importante para el éxito de estos signos y así lo expresa Angulo:

Entendemos que la titularidad del signo es del Estado. Sabemos que le da a los productores una autorización, y que en cualquier momento puede revocarla, sin embargo, es importante para los productores saber ¿qué va a hacer el Estado para ayudarles a potenciar la IG, para darle un mayor valor? Los productores entienden que tienen que poner de su parte, por lo que ellos van a solicitar al Estado que le de

oportunidades y los acompañe en el proceso. (A. Angulo, comunicación privada, 12 de julio de 2021).

En ese sentido, Angulo, reconoce que la titularidad del Estado también debe juntarse con interés del mismo de que la DO tenga resultados positivos, por lo tanto, debe proveerla de oportunidades y por supuesto, acompañarla en todo el proceso y hacerlo más sencillo para los productores. Moquillaza señala que, en el caso de Perú, su organismo competente (INDECOPI) tiene funciones de observancia:

INDECOPI tiene funciones de observancia, y tienen convenios con plataformas importantes de ventas en el mundo, por lo que pueden conocer a tiempo cuando una publicación en esas plataformas puede significar una posible infracción a los derechos sobre una IG. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

Por otro lado, para los entrevistados no debe entenderse la relación del Estado con las IG como una relación asistencialista, que pueda crear un nivel alto de dependencia de tal forma en que la gestión se estanque sin la actuación del Estado. La respuesta a ello es el acompañamiento como se dijo al principio de este punto, dentro de ese concepto también está la formación, herramientas y asesoramiento que pueda prestar el Estado a través de su organismo competente a los productores.

Normalmente las DO son de artesanos, son artesanos rurales latinoamericanos que necesitan mucha ayuda, pero sobre todas las cosas mucho acompañamiento, mira que no hablo de asistencia y me he cuidado mucho de no decir la palabra asistencia. Necesitan acompañamiento porque de otra manera el principal enemigo se vuelve la autoridad sanitaria, la autoridad certificadora, todas esas barreras que hay, que al final caen sobre el artesano y lo dejan en nada, y la DO puede terminar siendo un letrado, sin contenido. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

Asimismo, el autor de este trabajo también está de acuerdo con lo planteado por los entrevistados en cuanto a que la relación de las IG con el Estado no puede ser asistencialista, no puede haber una dependencia económica del Estado. Sin embargo, sí debe haber un acompañamiento, dentro del cual está incluido el asesoramiento, herramientas de formación para los productores y la intermediación con los organismos del Estado a través del organismo competente en materia de IG.

En la cita anterior, Moquillaza menciona que el acompañamiento se hace más necesario porque en la mayoría de las DO, el grupo de productores que solicita y gestiona en un principio son productores artesanos, las herramientas que estos tienen para organizarse e interactuar con el Estado, es posible que sean limitadas, por lo que esas interacciones con los distintos organismos del Estado, con temas como la permisología, pueden causar una barrera importante para el desarrollo de la IG. Por eso, el autor manifiesta su acuerdo con lo indicado por Moquillaza, y considerando que estos organismos del Estado deben estar informados sobre las IG, y el organismo competente debe asesorar en todos estos temas al grupo de productores que pretende solicitar el reconocimiento, y también a los CR de las IG ya reconocidas.

Experiencia previa a la IG.

Existen algunas posiciones sobre si los productores pueden comenzar con una marca colectiva antes de iniciar una solicitud de IG.

Según Juan Astudillo:

Hacer un camino a través de los signos, para poder hacer estos procesos más sencillos, y recomiendan iniciar por ejemplo con una marca colectiva, es más sencilla de solicitar y permite que los socios vayan como ganando experiencia, para después llegar, ya sea una

denominación de origen, o una indicación geográfica. (J. Astudillo, comunicación privada, 29 de julio de 2021).

Por lo que, este criterio plantea un crecimiento y una acumulación de experiencias a partir de un signo más sencillo de solicitar y de gestionar, hasta llegar a una IG o una DO. Esto, en vista de las complejidades que suscita intentar el reconocimiento de una IG, pues esas mismas complejidades, podrían impedir el desarrollo de la misma.

En contraposición a este argumento, Moquillaza expresó en su entrevista lo siguiente:

Una DO oligopólica, no es una DO, es un concierto intereses. Si Ron de Venezuela solo tuviera tres o cuatro productores, es un concierto de intereses, no es un producto cultural ... Lo segundo, es que yo me opongo a las marcas colectivas en productos de esencia cultural, porque una vez que son marcas ya no salen de ahí. Se quedan como marcas, y las marcas son privadas. Terminan matándose entre ellos. Lo que yo apoyo, y recién la legislación peruana lo ha recogido, es comenzar con una IG en sentido estricto, no con una DO que tiene mucha más rigidez en su proceso. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

Por lo tanto, para Moquillaza, los derechos de un bien de esencia cultural como lo son las IG, no puede ser simplemente un activo de un grupo de personas, como sucedería en el caso de otorgarse los derechos de exclusividad de una marca colectiva a un grupo puntual de personas o empresas. Sin embargo, la única evolución posible que ve en esta materia es de un signo menos complejo como las IG, y luego ganar experiencia para luego solicitar el reconocimiento de la DO.

Para entender el planteamiento de ambos entrevistados, primero se debe conocer qué es una marca colectiva, así lo establece la OMPI, en conceptos citados por García Velazco (2017):

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), las marcas colectivas **permiten distinguir el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios de las distintas empresas que utilizan la marca colectiva.** El propietario de esta puede ser una asociación de la que son miembros esas empresas o cualquier otra entidad, ya sea una institución pública o una cooperativa (OMPI). De igual manera, surge como parte de una necesidad de los pequeños empresarios de asociarse o agruparse para la oferta de productos o la prestación de servicios comunes. (Resaltado del autor) (p. 111).

En el siguiente cuadro se establecerán las diferencias y semejanzas que tienen ambos tipos de signos:

Ítem	Indicaciones Geográficas	Marcas Colectivas
Información que transmite el Signo	El origen del producto, las características y reputación específicas vinculadas a ese origen.	Origen empresarial, geográfico u otras características del producto.
Titularidad	El Estado	Asociaciones de productores
Reglamento de uso	Si	Si
Requisitos para su reconocimiento (IG) y Registro (Marca Colectiva)	Demostrar la vinculación entre el origen del producto y las características especiales que este presenta y el reglamento de uso.	Los mismos para una marca de producto o servicio, que el solicitante sea una asociación que agrupe productores y el reglamento de uso.
Características del Producto	Dependen de la Zona Geográfica donde se produce.	No dependen del origen geográfico.

Tabla 8. Estudio comparativo de las IG y marcas colectivas en el marco de los lineamientos propuestos.

Fuente: Elaboración propia. A partir de lo señalado por García Velazco (2017), Uzcátegui (2007), ADPIC (1994) y Nudman (2007)

En consecuencia, una de las principales diferencias es que, en el caso de las IG, la titularidad de los derechos de exclusiva, es del Estado, mientras que en la titularidad de las

marcas colectivas es del conjunto de productores asociados, agrupados en una persona jurídica que puede ser una asociación civil o una cooperativa. En ese sentido, la segunda diferencia más importante, es la información que transmite el signo. Como se denota en el cuadro anterior, la IG informa sobre el origen territorial del producto, además de las características y reputación que se vinculan con ese lugar de origen, sin embargo, en las marcas colectivas sólo se informa sobre el origen asociativo de ese producto, es decir, que lo produjo el grupo de productores determinado.

Por otro lado, en cuanto a las semejanzas entre uno y otro signo, en primer lugar, el uso autorizado debe estar reglamentado en ambos casos, por lo que, en la práctica, al momento de realizar la solicitud tanto de registro de una marca colectiva, como del reconocimiento de una IG, en la mayoría de las legislaciones el organismo competente exige el reglamento de uso del signo. En segundo lugar, de acuerdo a la definición de la OMPI citada anteriormente, es posible que las marcas colectivas también pueden transmitir información sobre el origen geográfico del producto.

El autor de este trabajo está de acuerdo con la posibilidad de comenzar a proteger los signos a partir de signos menos complejos como las marcas colectivas, y posteriormente evolucionar a un signo como las Indicaciones Geográficas pues es posible que dentro del reglamento de una marca colectiva se puede exigir que el producto provenga de un origen territorial determinado. A pesar de que, en principio, el signo va a pasar a ser un activo de una asociación en una marca colectiva, si existen casos en donde se ha producido esa transición hacia una IG, tal es el caso de la marca colectiva Café del Occidente Hondureño, que posteriormente se transformó en una IG en el año 2011 (Ayala Durán y Radomsky, 2020). Por lo que, si bien lo más idóneo es comenzar con una IG, hacer el camino planteado por Astudillo a través de una marca colectiva puede ser beneficioso para los productores, por ir trabajando en un signo con menos complejidades de las que se presentan en una IG.

Dentro de los casos estudiados encontramos que Ron de Venezuela, luego del reconocimiento en su país de origen, intentaron una solicitud para el reconocimiento en la UE, y esta se hizo como una IG, y no como una DO. Esto sucede precisamente por lo que plantea Moquillaza, la IG es un signo menos rígido en sus procesos para comenzar con la protección. Lo mismo ha sucedido con otros casos como el de Café Colombia, que está protegida como una IG en la UE (Café de Colombia, s.f.).

Turismo e IG.

En los casos analizados, la DO Café Marcala tiene un desarrollo importante sobre actividades de carácter económico y cultural que se generan alrededor de la DO. Para Moreno la DO es:

Es una herramienta de protección de propiedad intelectual que nos puede ayudar a desarrollar una economía muy dinámica y muy interesante alrededor de este producto, para nosotros, que nuestro producto esté protegido por una DO, significa que es especial, pero al mismo tiempo, se van generando una serie de actividades alrededor de la DO, que quizás en el momento del reconocimiento no se toman en cuenta. Estas actividades son impulsadas indirectamente por la DO generando realmente un crecimiento social y económico muy interesante. (Z. Moreno, comunicación personal, 7 de diciembre de 2021).

Dentro de esas actividades que realiza la DO Café Marcala, está el Festival de Cafecultura Marcala que se efectúa desde el año 2006 todos los meses de marzo. Además, organizan cursos de distintos tipos, para la población de Marcala. Por ejemplo, Moreno señala que han hecho cursos de música para los niños del pueblo de Marcala (Z. Moreno, comunicación personal, 7 de diciembre de 2021).

De esa experiencia el autor puede afirmar que la función de la DO va más allá de la protección del signo y de la información que este transmite. Al ser un bien cultural que identifica

un origen determinado, ese territorio donde se origina el producto puede promocionarse como un destino turístico deseado a partir de la DO.

Resumen de Lineamientos y Recomendaciones según el tema tratado	
1) Objeto de la Indicación Geográfica Artesanal o Industrial	
N°	Recomendación o Lineamiento
1.1	La industrialización como objetivo principal de la gestión de una IG, puede ser perjudicial para el conjunto de productores. Además, puede causar una pérdida de valor del producto.
1.2	La prioridad luego del reconocimiento debe ser el funcionamiento del CR, el cumplimiento del reglamento de uso y la unión de los productores. Industrializarse es un objetivo que podría ser a largo plazo
1.3	Determinar si el producto es susceptible de una explotación industrial.
1.4	Los procesos tradicionales y el conocimiento ancestral deben preservarse
1.5	En ambos casos, la estandarización de los procesos va a permitir que el producto tenga las mismas características mínimas de calidad.
2) Delimitación adecuada de la zona geográfica.	
N°	Recomendación o Lineamiento
2.1	Delimitación adecuada de la zona geográfica a partir de los estudios realizados previo a la estructuración del pliego de condiciones.
2.2	Hacer estudios previos rigurosos para determinar la delimitación geográfica que va a estar en el pliego de condiciones previo a la solicitud de reconocimiento.
2.3	En caso de una posible expansión, los territorios a incluir, deben estar justificados por el estudio previo.
3) Estrategias para la protección internacional de la IG.	
N°	Recomendación o Lineamiento

3.1	Crear estrategias para la protección internacional de la IG, permite asegurar la defensa contra el uso de terceros no autorizados, en los mercados donde interese ingresar los productos identificados bajo el mismo.
3.2	Se recomienda al Estado venezolano, la adhesión a los tratados ALDO y AMPI, de esta manera las IG ya reconocidas podrían contar con una herramienta como el Sistema de Lisboa, para su reconocimiento en otros territorios
3.3	Al CR y los productores, la planificación para expandir la protección a otros territorios con las posibilidades materiales que se tengan por el momento.
3.4	En la preparación de esas estrategias, es necesaria la determinación de la forma de protección que se intentará solicitar en cada territorio.
4) La relación de la IG con el Estado	
N°	Recomendación o Lineamiento
4.1	La relación de la IG con el Estado no debe partir de la asistencia y por lo tanto de una dependencia total. Sin embargo, el Estado sí debe acompañar a los productores y al funcionamiento de la IG ofreciendo oportunidades a partir de la promoción y defensa del Signo.
4.2	El papel del Estado debe estar dirigido al acompañamiento de los productores, y de las IG ya reconocidas.
4.3	Se recomienda que el Estado desarrolle, a través de la Asamblea Nacional, una legislación específica sobre la materia para normar estas funciones.
4.4	La creación de políticas públicas del Estado para el desarrollo de IG ya reconocidas, y las que se reconozcan en el futuro.
5) Experiencia Previa de la IG	
N°	Recomendación o Lineamiento

5.1	La evolución de signos distintivos de menor complejidad (marcas colectivas) a una IG, puede beneficiar el desarrollo en la práctica para los productores.
5.2	Si la organización de los productores lo requiere, se puede comenzar por un signo menos complejo como las marcas colectivas, antes de hacer la solicitud de reconocimiento de la IG.
5.3	En caso de asumir este tipo de protección, las estrategias para su tratamiento y defensa, deben adecuarse al tipo de signo.
5.4	Las IG no se consolidan por el reconocimiento per se, sino por el trabajo en conjunto de los actores, por ello la evolución de la unión de productores desde una marca colectiva puede conducir una buena gestión de una IG futura.
5.5	De elegir esta forma de protección, en el reglamento de uso se debe indicar que para autorizar el uso, el producto debe tener un origen territorial determinado.
6) Turismo e IG.	
N°	Recomendación o Lineamiento
6.1	El Aprovechamiento de la IG como base para el desarrollo de actividades para dar a conocer la región.
6.2	Al Estado, lograr políticas públicas que centren el turismo a partir de las IG, como la creación de rutas gastronómicas en las regiones delimitadas.
6.3	La organización de eventos por parte del CR y los productores, para la promoción del producto, puede servir además para promover a la región entera.

Tabla 9. Lineamientos y recomendaciones.

Fuente: Elaboración Propia.

Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones

1.- Para el desarrollo de este trabajo, el autor revisó la situación actual de las IG en Venezuela. También analizó el aviso oficial DRPI-AO-N° 19 que establece el procedimiento para obtener el reconocimiento de una IG en Venezuela. Asimismo, se constató la importancia de la aplicación directa del ADPIC con el Aviso Oficial N° DG-09-2020 pues el procedimiento mencionado anteriormente fue establecido luego de este reconocimiento. Se constató que, en Venezuela, como consecuencia de la decisión de las autoridades administrativas competentes de aplicar de forma directa el ADPIC, el Estado ha reconocido las IG en sentido estricto, sin embargo, no se ha determinado un procedimiento para el reconocimiento de una DO.

2.- Se analizaron los casos de Pisco (Perú), Café Marcala (Honduras) y Ron de Venezuela. En ese sentido, se realizó un estudio comparativo en temas como prácticas legales, prácticas económicas, prácticas organizacionales y prácticas de control de calidad. En consecuencia, se identificó como elemento en común que las DO mencionadas no tienen una dependencia financiera del Estado, y que, además, para todos los casos la protección internacional ha sido muy importante, pues Pisco está registrada como DO en el sistema de Lisboa, y tanto Ron de Venezuela como Café Marcala tienen procedimientos abiertos para su reconocimiento como IG en la UE.

4.- Por otro lado, en ningún caso existe una dependencia total del Estado. Además, en las prácticas económicas, el autor determinó que es importante definir el tipo de explotación en la planificación para el desarrollo de la IG. En cuanto a las prácticas organizacionales, se constató la práctica de comunicar a la DO como un bien superior a los intereses individuales de cada uno de los productores, eso sucede en la experiencia de Ron de Venezuela, pues a pesar de ser

competidores, los productores autorizados a usar el signo difunden el ron de Venezuela como el mejor del mundo.

6.- El autor también constató, que todos las IG deben tener un reglamento de uso donde se establecen las normas de calidad que debe cumplir todo productor que quiera acceder al uso de la IG y que el CR es fundamental para el funcionamiento pues es el ente encargado de la gestión de la misma, del control de la calidad, además de la resolución de los conflictos que se puedan presentar entre los miembros autorizados.

7.- Luego de haber realizado un estudio de las experiencias prácticas derivadas del análisis doctrinal y de los conocimientos compartidos por los entrevistados, el autor identificó como elementos positivos que sirven de fundamento para el establecimiento de un conjunto de lineamientos a ser considerados al momento de solicitar y gestionar el reconocimiento de una IG, los siguientes:

En primer lugar, la industrialización como elemento a tomar en consideración para determinar el tipo de explotación del producto, tomando en cuenta que las IG son bienes culturales. En segundo lugar, la delimitación geográfica del territorio protegido, esto implica la realización de estudios previos a la solicitud. En ese sentido, hacer una buena delimitación podría evitar conflictos en el futuro. En tercer lugar, también la protección internacional debe ser tomada en cuenta para lograr que terceros no autorizados utilicen el signo en otros territorios. Para ello, existen diversas formas de hacerlo, como el caso de los tratados bilaterales, el sistema de Lisboa, o las solicitudes de reconocimiento en cada país.

En cuarto lugar, la relación de las IG con el Estado, no debe transformarse en una dependencia que ahogue la gestión del CR. Sin embargo, es importante que el Estado acompañe a los productores y su interés como titular se demuestre en la creación de oportunidades y la promoción del signo. En quinto lugar, el criterio de la posibilidad de escalar en los signos que

protegen este tipo de productos puede ser viable para los productores, de esa manera pueden ganar experiencia en el proceso desde un signo simple, como una marca colectiva, hasta signos más complejos como las IG y la DO. En sexto lugar, el autor también determinó, que las IG no son un fin en sí mismas, por el contrario, pueden crear todo un sistema económico alrededor de ellas, con actividades que mezclan cultura, tradición y la posibilidad de aumentar el turismo en la región.

8.- El autor reconoce la relevancia de establecer internamente una regulación sobre IG en Venezuela, por lo que, es requerido y recomendado que la Asamblea Nacional proceda a legislar en la materia para que el ordenamiento jurídico venezolano cuente con normas más adecuadas y específicas, que desarrollen lo planteado en el ADPIC. También el autor destaca la necesidad de que el Estado venezolano ejecute las actuaciones necesarias para formalizar la adhesión de Venezuela a los tratados ALDO y AMPI, con la finalidad de acceder a las herramientas especiales en la materia, como el Sistema de Lisboa, que pueden beneficiar a las IG venezolanas para su reconocimiento en los países miembros de dichos tratados. De esta manera, esta actuación redundaría en beneficios para la sociedad, los empresarios y el mismo Estado, en su calidad de titular de las IG como signos distintivos, siendo que su reconocimiento podría incidir en diversos ámbitos, dentro de los que se incluye el sector turístico.

Referencias

Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional. <https://wipolex.wipo.int/es/text/285858>

Arreglo de Madrid Relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos. <https://wipolex.wipo.int/es/text/286797>

Astudillo Gómez, F. (2005). Aproximación al estudio de las Indicaciones Geográficas. *Espacios*. (Vol. 26, 1). <http://www.revistaespacios.com/a05v26n01/05260112.html>

Aviso Oficial No. DG-09-2020 publicado por el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual de la República Bolivariana de Venezuela de fecha 1 de octubre de 2020. <https://sapi.gob.ve/download/aviso-oficial-n-dg-09-2020/>

Aviso Oficial SAPI-RPI-AO No. 19 publicado por el Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual de la República Bolivariana de Venezuela de fecha 18 de diciembre de 2020. <https://sapi.gob.ve/download/aviso-oficial-drpi-ao-n19/>

Ayala Durán, C. y Radomsky, G. (2020). Indicaciones Geográficas en Centroamérica: un crecimiento poco diversificado. *RIVAR*. (Vol. 7, No. 20). https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-49942020000200001&script=sci_arttext&tlng=pt

Azcoytia, C. (2012). *Historia del queso de Roquefort y forma de elaborarlo*.

<https://www.historiacocina.com/es/historia-del-queso-de-roquefort>

Blanco Santiago, Y. (2017) *La protección de las indicaciones geográficas en el comercio internacional: recepción y efectividad en el ordenamiento jurídico puertorriqueño*. [Tesis para optar al grado de doctor, Universidad Complutense de Madrid]
<https://eprints.ucm.es/id/eprint/43210/1/T38894.pdf>.

Bodenhause, G. (1969). *Guía para la aplicación del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*. Oficinas Internacionales Reunidas Para la Protección de la Propiedad Intelectual. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_611.pdf

Café de Colombia. (s.f.). *Indicación geográfica protegida*.
<https://www.cafedecolombia.com/particulares/indicacion-geografica-protegida/>

Centro de Comercio Internacional. (2009). *Guía de Indicaciones Geográficas: Vinculación de los Productos con su Origen*. Centro de Comercio Internacional. Servicio de Publicaciones de Naciones Unidas. Nueva York.

Comisión Europea (2020, 20 de abril) *Geographical Indications - a European treasure worth €75 billion*. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_20_683

Comité interprofesional del vino de Champagne (s.f.) *El terruño (terroir) de Champagne*.
<https://www.champagne.fr/es/terru%C3%B1o-denominaci%C3%B3n/terru%C3%B1o-champagne/definicion-terroir>

Conselleria de Presidencia y Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua (2013). *Pliego de condiciones de la I.G.P. "Turrón de Alicante"*.
<https://agroambient.gva.es/documents/163228750/163232570/191213+Pliego+Condiciones+Turr%C3%B3n+Alicante.pdf/3ddaa58f-19c3-48f0-aa1a-eb09c04293ed>

Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.

<https://wipolex.wipo.int/es/text/288515>

Decisión 486 del Régimen Común sobre Propiedad Industrial emitido por la Comunidad Andina el 14 de septiembre del 2000.

Díaz, M., Yepez, L. y Gotopo, E. (2018). Agave cocui: un noble de las zonas áridas de Venezuela.

Desde el Herbario CICY ISSN: 2395-8790. Yucatán. Junio de 2018. 137-143.

https://www.cicy.mx/Documentos/CICY/Desde_Herbario/2018/2018-06-28-

[MDíaz_Agave-cocui.pdf](#)

Domínguez Arista, D. (2021). Construcción de un signo de calidad: la lucha por la geografía de

la Denominación de Origen Mezcal en México. *¿Una nueva configuración del mundo?*

(41). 101-125.

Duhart, F. (2011). Reflexiones desde la eco-antropología sobre el terroir. *Mundo Agrario: Revista*

de estudios rurales. Centro de Estudios Históricos Rurales. Facultad de Humanidades y

Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de La Plata. (Vol. 11, No. 22).

https://memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.4794/pr.4794.pdf

El Financiero (2014). Denominación de origen del tequila cumple 40 años.

[https://www.elfinanciero.com.mx/after-office/denominacion-de-origen-del-tequila-cumple-](https://www.elfinanciero.com.mx/after-office/denominacion-de-origen-del-tequila-cumple-40-anos/)

[40-anos/](#)

Errázuriz, T. (2010). “Indicaciones geográficas y denominaciones de origen”. Pontificia

Universidad Católica de Chile. *Revista Chilena de Derecho*, vol. 37 N° 2, pp. 207- 239.

Santiago de Chile.

García Velasco, I. (2021). Los signos distintivos: implicaciones de una marca colectiva frente a una denominación de origen. *Advocatus*. 2(29). 105-121.

<https://revistas.infotegra.com/libre3308/index.php/advocatus/article/view/1709>

Garsco, M. y Gordó Llobell, R. (2015). Indicaciones geográficas de vinos y bebidas espirituosas en el derecho argentino. *Indicaciones geográficas en América Latina: algunas reflexiones*. Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual. ASIPI.

Gobierno del Perú (2022). *México y Perú comprometen apoyo mutuo para fortalecer denominaciones de origen y sistema de patentes*.

<https://www.gob.pe/institucion/indecopi/noticias/595575-mexico-y-peru-comprometen-apoyo-mutuo-para-fortalecer-denominaciones-de-origen-y-sistema-de-patentes>

Gómez Sierra, F. A., Ospina Enciso, A. F. y Espinosa-Becerra, N. (2021). El Terroir, las Denominaciones de Origen y la noción de lugar en sociedades campesinas: conceptos clave para una antropología de la producción local. *Hallazgos*, 18(36), 365-407.

<https://doi.org/10.15332/2422409X.5862>

Gotschlich Vázquez, C. y Valverde Bórquez, F. (2011) Las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen: régimen contractual de los beneficiarios con una indicación geográfica o denominación de origen y las ventajas que trae consigo el sometimiento a un régimen contractual organizado. [Tesis para optar al grado de Licenciado en Ciencias

Jurídicas y Sociales, Universidad de Chile]

[https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111385/de-](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111385/de-gotschlich_c.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[gotschlich_c.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111385/de-gotschlich_c.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Guillem Carrau, J. (2013). La forma jurídica del Consejo Regulador: el modelo de las fundaciones y asociaciones como alternativa para la gestión de las denominaciones de origen en

tiempos de crisis. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*. (No. 236). 13-54. <https://ageconsearch.umn.edu/record/187271/>

Gutiérrez, G. (2003). El pisco, denominación de origen peruana. *Agenda Internacional*. (Año X, No. 19). 245-298. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/agendainternacional/article/view/8296/8601>

Guzmán, B. (2019) Actualizada Denominación de Origen «Ron de Venezuela» <http://antequera.legal/es/2019/11/04/actualizada-denominacion-de-origen-ron-de-venezuela/>

Ley de Propiedad Industrial, publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 24.873 del 14 de octubre de 1955.

Ley Orgánica de Procedimientos Administrativos, publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 2.818 del 1 de julio de 1981.

Molina, M. (2016). Las funciones del Consejo Regulador en el régimen de Denominación de Origen. *RIVAR*. (Vol. 3, No. 8). 174-206. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=469546449009>

Moreno, Z. (2021) Protección del “Café Marcala”. Consejos Reguladores de Indicaciones Geográficas. Casos de Éxito. Colección ASIPI.

Nudman Almazan, V. (2007). Protección Internacional de la Denominación de Origen Pisco Chileno. De la controversia con Perú, y en particular del Arreglo de Lisboa y la inscripción del Pisco peruano en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. [Tesis para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad de Chile]. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113067/de-nudman_v.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Olivero Pérez, W. (2013) Situación actual de la República Bolivariana de Venezuela en materia de propiedad industrial y la urgente necesidad de adecuación a estándares mínimos CUP, ADPIC, MERCOSUR en *Venezuela ante el Mercosur*. Academia de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad de Los Andes, Universidad Católica Andrés Bello.

Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2022). *La OMC*.
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI]. (2016) *Principios básicos de la propiedad industrial*. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI]. (2017). *Las Indicaciones Geográficas. Introducción*.
https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/geographical/952/wipo_pub_952.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI]. (s.f.). *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*.
https://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/#accordion_col1

Pacón, A. (2008). *Las indicaciones geográficas en el contexto internacional y regional. Perspectivas de su regulación*. SIECA. Serie Política de Propiedad Intelectual.
http://estadisticas.sieca.int/documentos/ver/202155112216512_Indicaciones%20Geogr%C3%A1ficas%20en%20el%20contexto%20internacional%20y%20regional.pdf

Peñas Moyano, B. (s.f.) Algunas cuestiones en torno a la Denominación de Origen como signo distintivo. *Estudios Jurídicos de Derecho Agrario*. Universidad de Valladolid.
https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/95290_21.pdf

Pulido Polo, M. (2016). Historia jurídica de las indicaciones geográficas: una perspectiva desde la gestión de la comunicación en las instituciones. *Estudios internacionales* (Vol. 3,

No.4) 7-24 <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/96368/18376-34877-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Poggi, Z. (2020). Las Indicaciones Geográficas: entre la Innovación y la Tradición. Cuadernos del Cendes. Año 37, N° 105 Tercera Época Septiembre-Diciembre 2020. Versión Digital. ISSN: 2443-468X. (pp.163-169). Caracas, Venezuela.

Pszczółkowski T., Philippo. "Terroir" y "Climats": ¿realidad o quimera? Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, vol. 1, núm. 1, enero, 2014, pp. 13-19. Universidad de Santiago de Chile. Santiago de Chile, Chile. [\(PDF\) "Terroir" y "Climats": ¿realidad o quimera?1* "Terroir" and "climats": reality or mirage? \(researchgate.net\)](#)

Real Academia Española (2021). Diccionario de la Real Academia Española. <https://dle.rae.es/>

Reglamento (UE) No. 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo del 21 de noviembre de 2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios. <https://www.boe.es/doue/2012/343/L00001-00029.pdf>

Reglamento de la Denominación de Origen Pisco (s.f.). https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/200722/6+Reglamento_DO-PISCO.pdf/a2259836-69e6-4c8c-b403-f8c3c38f7039

Roffe, P. y Santa Cruz, M. (2006). *Los derechos de propiedad intelectual en los acuerdos de libre comercio celebrados por países de América Latina con países desarrollados*. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/4416/S2006610_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sánchez Del Solar, M. (2010) Denominaciones de Origen en el Perú: Desafíos y Oportunidades. Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual N° 6.

Soria, A. Ron Venezolano: Se hace camino al andar. *Revista Debates IESA*. (2015)
Volúmen XX. Número 1. Enero-Marzo 2015.

<http://virtual.iesa.edu.ve/servicios/wordpress/wp-content/uploads/2016/04/2015-1-soria.pdf>

Uzcátegui, A. (2007). *La Propiedad Intelectual Potencia el Desarrollo Endógeno. Popularizar el uso de las marcas colectivas, las marcas de certificación y las denominaciones geográficas como herramientas que valorizan el patrimonio económico y cultural local y nacional*. Grupo de Investigación sobre Políticas Públicas de Propiedad Intelectual G3π. Universidad de los Andes. Consejo de Publicaciones. https://astriduzcategui-pi.com/wp-content/uploads/2019/12/LPIPDEndogeno-2007_Astrid-Uzcategui.pdf

Villapol, L. (2021), 17 Medallas para el ron Venezolano en la London Spirits Competition 2021. Revista Cocina y Vino. <https://www.cocinayvino.com/vinos-bebidas/cocteles-destilados/ron-venezolano-london-spirits-competition-2021/>

Zamora Reyna, R. (2021). El mezcal de Villa Sola de Vega, Oaxaca: Proceso de producción, comercialización y economía moral. [Tesis para optar al grado de Maestro en Antropología Social]
<https://colsan.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1013/958/1/EI%20mezcal%20de%20Villa%20Sola%20de%20Vega.pdf>

Apéndice

Análisis de entrevista realizada al fundador de Corpisco y productor José Moquillaza Risco, realizada en fecha 29 de julio del 2021.

La protección internacional despierta interés en el entrevistado, para él, en la experiencia en la DO Pisco, el registro en el sistema de Lisboa fue el primer “gran paso jurídico para la defensa internacional de la DO Pisco” (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021). El siguiente, fue el registro como IG de Pisco en la UE. En ese sentido, del conflicto que existe con el Pisco Chileno en el ámbito internacional, expresa:

El puerto de **Pisco queda en Perú** y se formó geológicamente hace millones de años, sigue ahí y no se va a mover. Por otro lado, Pisco es una palabra quechua que significa “ave”, esto es bien importante. Entonces cuando los Incas vivían en Pisco, que es un sitio que está lleno de pájaros porque el lugar es muy rico en recursos marinos y el pájaro se alimenta de eso. Entonces por eso se llamó así, es un topónimo Pisco (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

Al respecto, la DO Pisco chileno está reconocida en diversos tratados bilaterales, por lo que la efectividad de los esfuerzos por la defensa jurídica del Pisco de Perú no ha dejado de tener obstáculos. Sin embargo, expresa que el Perú también ha logrado el reconocimiento en diversos tratados bilaterales y tratados de libre comercio, como es el caso del Tratado Transpacífico.

Esa situación ha abierto oportunidades para Pisco, en distintos mercados alrededor del mundo. Es allí donde comienza el dilema del ejemplo a seguir, pues Moquillaza plantea que en un principio el modelo a seguir para Pisco fue la DO Tequila, que es una IG consolidada desde hace muchos años, además, es un producto industrializado. Pero en el caso de Pisco, expresa

Moquillaza que entendieron que no son un producto como Tequila, pues la industrialización en su caso puede tener connotaciones negativas a mediano plazo.

Creo que, para la industrialización de las bebidas espirituosas, hemos llegado tarde, no es posible ser un industrial y pasar a producir de 10 millones litros a 400 millones de litros. Para eso se requiere una estructura de campo y fijar una estructura de empresas internacionales distinta, necesitaríamos tener un vecino como los Estados Unidos que absorba el 70% de la producción, y Perú no lo tiene. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

Moquillaza plantea que Pisco es una bebida ancestral, es “*orfebre líquido*”, es por ello que prefiere apostar por la calidad del producto, a la cantidad. Hace una comparación con la DO Mezcal, pues también es una bebida ancestral, con una menor producción en cantidad de litros al año que Tequila, pero cuyo valor en los mercados es 4 veces mayor que la DO mexicana.

La Debilidad

Las DO normalmente son promovidas por productores artesanales, así lo refleja el entrevistado:

Normalmente las DO son de artesanos, y no son artesanos europeos, son artesanos rurales latinoamericanos que necesitan mucha ayuda, pero sobre todas las cosas mucho acompañamiento, mira que no hablo de asistencia y me he cuidado mucho de no decir la palabra asistencia. Necesitan acompañamiento porque de otra manera el principal enemigo se vuelve la autoridad sanitaria, la autoridad certificadora, todas esas barreras que hay, que al final caen sobre el artesano y lo dejan en nada, y la DO puede terminar siendo un letrero, sin contenido. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

Es así como para el entrevistado es muy importante el acompañamiento, más no la asistencia del Estado. Tomando en cuenta que la titularidad de la DO es del Estado, este debe velar por el éxito de la misma. El acompañamiento implica dotarlos de herramientas para poder ejecutar de la mejor manera la gestión de la IG. Cuando ese acompañamiento no existe, puede fracasar la iniciativa de la IG, es así como menciona un caso peruano:

Entonces, el pequeño productor necesita acompañamiento, te voy a dar un ejemplo, existe un café con DO, aquí en Perú que se llama Machu Picchu Huadquiña. Yo estoy en este mundo de la gastronomía desde hace muchos años, y no lo he probado nunca. Hasta ahora no lo pruebo, porque no lo he encontrado en eventos o en los anaqueles. En el momento en que lograron la protección sólo eran 4 o 5 productores artesanales, como no tuvieron un acompañamiento adecuado, se estancó la DO. Pero si los hubieran acompañado, ellos podrían haber aprovechado las ventajas de la protección del acuerdo de Lisboa, de los tratados de libre comercio que Perú ha firmado. Esta situación sucede en toda América Latina. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

En consecuencia, estos signos pueden transformarse, como dijo el entrevistado, en simples imágenes sin contenido, si en el desarrollo de su gestión los actores que orbitan sobre estos no son capaces de acompañar a los productores, que suelen ser artesanos.

Escalabilidad en los Signos Distintivos.

Ante la pregunta sobre la posibilidad de escalabilidad de los signos distintivos, su opinión es que los productos que protegen las IG en sentido amplio, son productos culturales, en consecuencia, si el primer paso de protección jurídica es crear una marca de producto, o una marca colectiva podría ser una camisa de fuerza, pues la protección y los beneficios de la misma pudiesen ser controladas por un grupo pequeño de productores, no representativo de la esencia cultural de los signos.

Sin embargo, si existe una forma en la que Moquillaza vea posible escalar es a partir de una IG en sentido estricto. En ese sentido, los elementos que determinan este signo distintivo son más flexibles que los que se necesitan para una DO, por lo tanto, le permite a los productores ganar experiencia en el proceso de solicitud y posteriormente de la gestión de la IG, para posteriormente hacer la solicitud del reconocimiento de la DO.

Observancia de los Derechos de PI y rol de INDECOPI

Una de las cosas de las estructuras que hay que hacer en Perú, en mi opinión, es que las DO deberían estar bajo la cobertura de un instituto de DO, INDECOPI es un instituto de marcas. Se debería crear una agencia para que haga el acompañamiento. INDECOPI tiene funciones de observancia, y tienen convenios con plataformas importantes de ventas en el mundo. Hacen cacería por internet. INDECOPI es un organismo potente, pero no especializado, no es que no sepan, saben lo jurídico de las DO, pero no basta con lo jurídico, tiene que funcionar la industria. Lo jurídico es un pilar de una industria cultural, pero hay 2 o 3 pilares más. Si solo funciona lo jurídico, la industria no funciona. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

En consecuencia, el entrevistado considera que debe existir en Perú una institución netamente especializada en IG, que pueda dedicarse exclusivamente tanto al acompañamiento de los productores y al proceso del desarrollo de las IG, como a la vigilancia de los derechos. Sin embargo, como lo expresó, INDECOPI cumple ese rol en ese momento, siendo uno de los organismos más importantes de PI en la región.

Protección Internacional

La adhesión al ALDO, significó para el entrevistado, una ventana de oportunidades importante para Perú, además, le permite estar *“en la gran liga de naciones que protege estos derechos”* (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021). Además de ello, la

posibilidad de utilizar las herramientas que provee ser parte de este acuerdo, como es el caso del sistema de registro internacional, y por lo tanto el reconocimiento de las IG del Perú por el resto de los Estados parte, cumpliendo por supuesto con el procedimiento establecido.

Dirección del Consejo Regulador

Moquillaza expresa que el CR no debería ser dirigido por productores:

La primera es que, la experiencia internacional dice que no es conveniente que el presidente del CR sea el productor para evitar el conflicto de intereses. La legislación andina habla de que un productor puede presidir, yo creo que no debe presidir. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

Su argumento se basa en el conflicto de intereses que podría existir, pues siendo el presidente del CR un productor, el resto de los productores podría interpretar que las decisiones del CR están dirigidas o al menos incentivadas por los intereses relacionados con su propia empresa, y no con los del concierto de productores autorizados.

El autor de este trabajo está en desacuerdo con esta afirmación, debido a que la mayoría de los CR en el mundo son dirigidos por productores. Sin embargo, Moquillaza argumenta dos ejemplos de CR Tequila y Mezcal, donde la dirección general ni los gerentes son productores.

En otro orden de ideas, el entrevistado plantea que debe existir una independencia del Estado en diversos aspectos, con sus limitaciones:

No es una independencia al 100%. El titular de la DO es el Estado, por lo tanto, no se puede desprender de sus intereses, por ello contribuye en lo que normalmente el producto no puede dar. El producto debe pagar su investigación y desarrollo, debe pagar su control de calidad, pero lo que el Estado paga, y por eso tiene agencias de promoción

de exportaciones, son las campañas de promoción internacional. (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021).

En ese sentido, el Estado debe promocionar sus IG a partir de sus agencias de promoción u otros métodos que permitan la entrada del producto en los mercados internacionales. Expresa entonces, que debe existir una independencia técnica pero no total del Estado, con lo cual el autor de este trabajo está de acuerdo.

Mercadeo

En ese sentido, expresa que, en el caso de Pisco, como en la mayoría de las IG, la promoción de cada una de las marcas que conforman Pisco hace su promoción, y de hecho, compiten entre ellas. A partir de ello, hay dos visiones sobre las ventas: “la mirada de la industria que mide el volumen, y la parte de los artesanos que hacen el producto más fino que hacen el valor” (J. Moquillaza Risco, comunicación privada, 29 de julio del 2021). Plantea de esta manera que, en el caso de Pisco, es importante invertir en calidad por encima del volumen, pues el mismo volumen puede afectar el precio negativamente, reduciendo el valor del producto.

Análisis de entrevista realizada a la profesora Annette Angulo realizada el 12 de julio del 2021.

En la entrevista, Angulo resaltó que, a diferencia de las DO, en Venezuela hasta hace muy poco el sistema de IG en sentido estricto no existía, para ello utilizó la referencia del reconocimiento de la primera IG en el país, ocurriendo ésta en el año 2021 con los signos Cacao Carenero Superior y Cocuy Larense.

Para la entrevistada, la causa de la ausencia de reconocimientos de nuevas IG en sentido amplio en el país por más de una década no es la falta de normas.

Si bien, no había una previsión amplia y expresa, el ADPIC que sí regula las IG, son norma en Venezuela desde hace mucho más tiempo que el aviso oficial que publica el SAPI en el que señala que a partir de ahora se van a gestionar IG. (A. Angulo, comunicación privada, 12 de julio de 2021).

La entrevistada expresa que esa ausencia de reconocimientos, tiene tres motivos: 1.- la falta de voluntad política desde el Estado para la promoción y el reconocimiento de nuevas IG. 2.- La falta de insistencia, impulso y organización de parte de los productores; y 3.- La falta de divulgación de la PI en general, de su importancia y su relación con los derechos colectivos.

Esos tres elementos estancaron el sistema de IG en Venezuela para la profesora Angulo. Además, para la determinación del éxito de una IG, plantea que, según su experiencia, que la IG descansa sobre el ámbito privado es fundamental.

Nosotros llegamos a una conclusión y es que parte del éxito de la DO Ron de Venezuela, está en el hecho que descansa sobre el marco privado. Conste que el fondo para la promoción del ron de Venezuela está constituido por 14 empresas privadas, todas ellas, con vocación de servicio, pero también con una idea clara de cuál es el objetivo de cada una de ellas, y el objetivo, no es otro más que producir y generar utilidad. (A. Angulo, comunicación privada, 12 de julio de 2021).

En consecuencia, la entrevistada expresa que, a diferencia de otras DO en el país, la DO Ron de Venezuela no tiene una dependencia del Estado. De esta manera, el CR y los productores trabajan con sus propios fondos, sin esperar por la asignación de una partida estatal o de créditos de la banca pública.

La industrialización para Angulo es un elemento que no define si una IG es buena o mala *per se*.

Mientras los productores sigan cumpliendo con los estándares establecidos en el reglamento, mientras sigan manteniendo dentro de la esencia de la producción esos conocimientos ancestrales, mientras que el suelo siga guardando esas características intrínsecas que hace que ese producto sea diferente del resto, mientras que las condiciones climáticas se mantienen, mientras que la mano de obra que se involucra en la elaboración de estos productos siga manteniendo unos parámetros preestablecidos, mi producto va a seguir manteniendo el sello de la IG. En ese particular yo también te diría, que, en el caso de las otras IG, siento que ese elemento artesanal y de satanización hacia la industrialización ha sido una barrera. (A. Angulo, comunicación privada, 12 de julio de 2021).

Es así, que el desarrollo de nuevos procesos de producción para los productos protegidos por IG, no representa para ella una amenaza que pueda perjudicar a los productores. Expresa que la DO, es un complemento que fortalece el trabajo que cada empresa productora realiza de forma individual. Para la entrevistada, las IG son “un sello de calidad, es sinónimo de unos estándares superiores” (A. Angulo, comunicación privada del 12 de julio de 2021).

Señala Angulo que existen elementos que necesariamente tienen que tratarse para el desarrollo de una buena gestión de una IG; estos son: **1.-** La necesidad de un reglamento de uso. **2.-** La necesidad de un reglamento de uso de la marca asociada a esa indicación. **3.-** Régimen de autorizaciones, revocaciones, suspensiones, y resolución de conflictos. **4.-** Consejo Regulator. La definición de cada uno de ellos, desde el nacimiento de la IG, es fundamental para el desempeño de las interacciones entre todos los actores que orbitan alrededor de la IG, y por lo tanto, del éxito de la misma.

Aplicación del ADPIC en Venezuela

En relación al marco jurídico venezolano sobre la materia, Angulo indica que existen dos tendencias en la opinión especializada en Propiedad Intelectual en el país. Por un lado, quienes plantean que no era necesario el Aviso Oficial No. DG-09-2020 donde el SAPI anuncia la aplicación del tratado, pues ya había sido sancionada la ley aprobatoria, Venezuela incorporó a su ordenamiento el tratado del ADPIC. Por otro lado, está la opinión de otros especialistas, quienes plantean que no se puede aplicar el ADPIC de forma directa sobre la materia de las IG, porque no tiene normas que puedan ser ejecutables de forma inmediata y directa, sino que necesita una norma nacional que la desarrolle.

Sin embargo, Angulo toma posición sobre ese debate:

En mi opinión, las normas del ADPIC si forman parte del ordenamiento jurídico venezolano, por lo tanto obliga al Estado a darle una protección a las IG, lo mismo sucede en el caso de las marcas notorias, lo mismo hace con otras figuras de la propiedad industrial que no están desarrolladas en nuestra LPI (1955) porque es muy vieja, pero que no por eso tú puedes decir que no forman parte del ordenamiento jurídico. (A. Angulo, comunicación privada, 12 de julio de 2021).

Por lo que, para la entrevistada, el marco jurídico actual es suficiente para regular las IG, a pesar de no tener una norma especial que desarrolle un procedimiento. Incluso en ese aspecto, expresa que esa carencia se puede suplir con las normas como la LOPA, aplicando el procedimiento general establecido en la misma.

Arreglo de Lisboa

El ALDO es un tratado ya descrito en este trabajo, que establece un sistema de registro para el reconocimiento de los estados partes sobre IG y DO, por lo que, para Angulo, es

impostergable la adhesión de Venezuela en el mismo. Ese paso, podría allanar el desarrollo de la gestión de las IG venezolanas y generar oportunidades para su posicionamiento en mercados internacionales.

Al no tener la posibilidad de acceder a las herramientas que establecen este tratado, el reconocimiento de la DO Ron de Venezuela ha tenido dificultades, incluso menciona la entrevistada que la tramitación en la UE se ha realizado como una IG en sentido estricto. Para el año 2022, aún no se ha reconocido la IG Ron de Venezuela en la UE.

De esta manera, expresa Angulo, que el Estado venezolano y FONPROVEN, no pueden evitar que terceros usen el signo Ron de Venezuela en sus productos. Se han explorado otras alternativas como registrar una marca colectiva.

Papel de la oficina competente

Para Angulo, es importante que la oficina competente entienda que a partir del otorgamiento de la IG es que comienza el trabajo, sobre todo en temas de observancia y no sólo para verificar con procesos de actualización la vigencia de los elementos que conforman la existencia del signo como sucedió con el caso de Ron de Venezuela.

La entrevistada señala que esa experiencia consistió no solo en determinar si las condiciones de la DO se mantenían, sino que también se comunicó al SAPI sobre todos los avances desde la fecha del reconocimiento, hasta el año en que se produjo el proceso de actualización, es decir, en 2019. Por ejemplo, la creación del consejo regulador en el año 2018, y la creación del reglamento en el año 2019.

Consejo Regulador

Como se mencionó anteriormente, para el año 2018 aún no existía la figura del CR en la DO Ron de Venezuela. Esta situación se debe, en principio, a que la Decisión 486 de la CAN no

obliga a la constitución del mismo. Sin embargo, el SAPI, en las resoluciones donde se declara el reconocimiento, invitó a crear el CR.

La particularidad del CR de la DO Ron de Venezuela, es que no se constituyó a partir de una persona jurídica nueva para ese fin. En ese sentido, la creación de las normas del CR se originó en una Asamblea de la Asociación Civil FONPROVEN, así lo menciona la entrevistada:

Dentro del marco de la Asamblea anual de miembros de FONPROVEN se sancionaron las normas del CR. Además, se constituyó el mismo y no como un órgano dependiente de FONPROVEN, pues tiene sus propias funciones, sus propias características. En cuanto a los miembros del CR, su designación debe ser aprobada por los miembros del FONPROVEN. Sin embargo, a penas un solo miembro del CR es miembro de FONPROVEN, que es el gerente general en este caso, actualmente ejerce el cargo Alejandra Soto. En cuanto al resto de los miembros actuales, hay 2 que son miembros del llamado consejo técnico del CR, que está representado por los 7 maestros roneros más importantes de las casas roneras, hay otros 2 miembros independientes, uno tiene que ver con la academia que es Benjamín Scharifker. El otro miembro independiente tiene que ver con todos los procesos de verificación y de control externo de las características y del proceso de elaboración del ron, es la presidente fondonorma. (A. Angulo, comunicación privada, 12 de julio de 2021).

Con esta estructura, el CR mantiene su independencia de FONPROVEN. De hecho, Angulo expresa que las decisiones del CR no tienen que ser avaladas por FONPROVEN, e incluso, las decisiones de FONPROVEN relacionadas con la DOC Ron de Venezuela, debe ser evaluada por el CR para determinar si esta tiene una connotación positiva para la DO.

Resolución de Conflictos

La entrevistada, está de acuerdo con que en las normas del CR se establece la necesidad de crear un código de ética. Ese instrumento, para ella, serviría para la resolución de conflictos que puedan surgir entre todos los actores alrededor de la DO.

Análisis de entrevista realizada a Andrea Pérez, Coordinadora del sistema de gestión de calidad de Ron Santa Teresa, C.A, realizada el 13 de julio del 2021.

La entrevistada expresó que la estandarización es una de las claves para el éxito de la DO Ron de Venezuela. En ese sentido, desde la constitución del CR a través de la asamblea de FONPROVEN, comenzaron a formalizarse las normas de la DO. Pérez también menciona que antes de esa formalización, para obtener la certificación de la DO, se realizaba una cata con los maestros roneros.

Hoy en día, para obtener la certificación del producto, es necesario cumplir con las normas de calidad de la DO. Las empresas productoras reciben auditorías, como es el caso de Santa Teresa, C.A como lo expresó la entrevistada:

Nosotros recibimos nuestra primera auditoría en el año 2018, luego tocaba para el 2020 pero tuvo que posponerse por la pandemia, pero se pudo realizar en noviembre del 2020, de hecho, aquí tengo en la mano el certificado, porque me lo enviaron la semana pasada. Esa auditoría se hacía antes anualmente y ahora se hace cada 2 años a través de FONPROVEN y ellos subcontratan el servicio de FONDONORMA, quienes envían sus auditores para que vengan a validar todos los lineamientos que nos establece el consejo regulador. (A. Pérez, comunicación privada, 13 de julio de 2021).

En ese sentido, FONPROVEN y el CR, contratan el servicio de auditoría con terceros, en este caso FONDONORMA para determinar si los productores autorizados para el uso de la DO cumplen con todos los estándares y las normas establecidas por el CR, que en este caso son las normas ISO.

Para Pérez, desde la experiencia como parte de una productora autorizada para usar el signo de la DO Ron de Venezuela, la estandarización de los procesos es crucial:

Es sumamente importante que todos los procesos sigan un estándar, una normativa, es decir, que estén estandarizados de tal manera de garantizar que se hace el producto siempre bien y de la misma forma. Eso, por supuesto tiene que estar unido a los procesos tradicionales de fabricación, que al final son la columna vertebral de toda DO, aparte de las condiciones geográficas que le aportan ese sabor, esas características organolépticas tan específicas. (A. Pérez, comunicación privada, 13 de julio de 2021).

Por otro lado, el cumplimiento de estos estándares también ha sido complicado en ciertos momentos, sobre todo con la crisis económica venezolana. La entrevistada menciona que para Ron Santa Teresa, C.A fue difícil encontrar la materia prima establecida en el reglamento y la delimitación de la DO.

Análisis de entrevista realizada a Rebeca Simeone, gerente de investigación de mercado de C.A. Ron Santa Teresa, realizada el 14 de julio de 2021.

En relación a las estrategias de mercadeo de DO Ron de Venezuela la entrevistada plantea que no existe una estrategia en conjunto por parte de los productores autorizados para la comercialización del producto, es decir, cada empresa genera su propia estrategia de mercadeo para su promoción.

Además, remarca la existencia de una regla implícita entre los asociados, es el de poner al Ron de Venezuela, en su totalidad, como el mejor ron del mundo por los estándares de calidad que tiene. A diferencia del ron de otros países, este pasa por una serie de pasos, como el añejamiento por dos años en barrica, que mejoran el aroma y el sabor del producto.

Simeone, para demostrar el avance de los productos bajo el halo de la DO Ron de Venezuela, expresa que la penetración del mercado del Ron a nivel nacional hace cuatro años, era de alrededor de un 60%, sin embargo, para el año 2021, cuenta con un 76 % en el país. El trabajo de promoción de las marcas, de forma individual, logró modificar la percepción del consumidor de que el ron es una bebida para gente muy joven, ahora en Venezuela, se consume en un rango de edad mucho más amplio.

Esto también se ha visto influenciado por la crisis económica venezolana, pues los consumidores han migrado a bebidas alcohólicas como el Ron:

El consumidor ha tenido que migrar a otras categorías, una de esas es el ron. Además, ha aprendido poco a poco por comunicación tanto de nuestra marca, como la de nuestros competidores que el ron no es una bebida castigo, que hay diferentes segmentos, distintos tipos de ron. es como todo este tema de educación al consumidor que se ha construido muy poco a poco, con un grano de arena encima de otro, pero que ha valido la pena porque si vemos cuál es la percepción al día de hoy (R. Simeone, comunicación privada, 14 de julio de 2021).

De esta manera, el cambio de percepción del consumidor nacional hacia el ron inevitablemente impulsa la DO, pues es el mercado más cercano de los productos que agrupa el signo.

En relación a conflictos a partir de actividades publicitarias, dice que no se han presentado hasta el momento, sólo menciona una ocasión, donde una empresa utilizó publicidad comparativa en redes sociales, sin embargo, eso no llegó a instancias de FONPROVEN ni del CR, pues no ocasionó ningún daño, ni se estaba haciendo un acto de denigración de la competencia. Las restricciones relacionadas a la publicidad en bebidas alcohólicas son muy fuertes en Venezuela, por lo que, es menos probable encontrar este tipo de conflictos en el área.

Análisis de entrevista al especialista en Propiedad Intelectual Juan Luis Astudillo, realizada 01 de julio del 2021.

El éxito de las IG

Juan Luis Astudillo, quien es especialista en Propiedad Intelectual de la Universidad de Los Andes, plantea que la dinámica de estos signos tiene la particularidad de mezclar cultura, folklore con los procesos industriales, controles de calidad y de certificación.

Como se desprende de la entrevista, para él una IG es exitosa cuando ésta:

[...] es capaz de repercutir positivamente en la vida de la comunidad de la cual se origina, sin olvidar la protección del patrimonio cultural y todo lo que rodea a nivel medioambiental a este signo distintivo, y con un fuerte carácter comercial. (J. Astudillo, comunicación privada, 29 de julio de 2021).

Además, plantea que para que una IG sea exitosa, los actores involucrados tienen que entender que es una herramienta para el comercio y que, por lo tanto, la sustentabilidad del modelo de negocio alrededor es importante. Incluso, plantea que este tipo de signos se podrían transformar en una garantía para que los fabricantes de una región determinada “obtengan un justo beneficio por su trabajo.” (J. Astudillo, comunicación privada, 29 de julio de 2021).

Para Astudillo, la ejecución de proyectos de reconocimiento de una IG es complicada pues son procesos que toman mucho tiempo, y requiere de investigaciones complejas para la determinación de las condiciones que permiten concretar una IG.

Incurción en mercados internacionales

Astudillo expresa que, en algunos casos, para estos signos, el mercado interno podría ser limitativo. Podríamos poner el ejemplo del consumo del ron en Venezuela, que tradicionalmente

ha tenido que competir con otros productos importados que lo habían relegado. Por lo tanto, es importante determinar en qué otros mercados pueden ingresar el producto protegido con la IG. Esas decisiones marcan la sobrevivencia del signo a nivel comercial y, por lo tanto, afecta la calidad de vida de las personas en la región que identifica la IG.

En consecuencia, expresa que un ejemplo de éxito de este tipo de signos, es la Especialidad Tradicional Garantizada Pizza Napolitana, pues los actores entienden muy bien las funciones de los signos distintivos y recomendó revisar las buenas prácticas relacionadas con la Especialidad Tradicional Garantizada de Pizza Napolitana, debido a que esta Indicación es muy particular al ser una receta, siendo interesante el manejo del signo que tienen, entre otras cosas.

Creo que pocos pueblos entienden estos signos como los italianos, en primer lugar, tienen un compromiso con las cosas originales y tradicionalmente italianas muy fuerte, además, hay un manejo muy inteligente: se promocionan, hacen cursos, invitan a artistas y los llevan a Nápoles, les toman la foto en el entrenamiento como pizzero; definen muy bien los ingredientes que debe tener la receta para considerarse una Pizza Napolitana. Es decir, tienen un manejo integral del signo y apuntando siempre a los mercados internacionales porque llega a un punto donde evidentemente se te va a hacer pequeño el mercado o no es tu mercado, puede ser que tienes un producto que no es para el mercado local, si no para otra zona. (J. Astudillo, comunicación privada, 29 de julio de 2021).

El Consejo Regulador

De acuerdo a su experiencia, manifiesta que el Consejo Regulador es una pieza clave en el éxito de una IG, pues este ente es el que toma las decisiones; además es el intermediario en los acuerdos y delegan los temas comerciales entre los socios. También expresó que la figura del CR ha sido poco estudiada a nivel académico. Según Astudillo, esta figura tiene distintas

formas jurídicas alrededor del mundo, por ejemplo, puede ser una Asociación Civil, una Fundación y en muy pocos casos una Compañía Anónima citando el ejemplo de la DO Tequila.

Relación con el Estado

El entrevistado fija posición sobre la regulación del Estado en la gestión de este tipo de signos. En consecuencia, expresa que los organismos competentes no deben actuar como un CR, pues eso es en parte lo que hace que el sistema de IG no avance en nuestra región, por ello expresa:

Ha sido mucho más tímido el progreso del sistema de IG en relación con Europa, donde los consejos reguladores son fundamentales, son los que tienen protagonismo y tienen facultades delegadas, atribuciones de control y supervisión. En consecuencia, es una figura muy importante, siempre nace como el consejo de promoción del signo, son ese grupo de personas que inicialmente impulsan toda la creación del signo distintivo y luego se transforma en el consejo regulador. (J. Astudillo, comunicación privada, 29 de julio de 2021).

Resalta la debilidad que existe en relación a que se pone demasiado trabajo en manos del SAPI, las personas involucradas no saben cómo hacer las solicitudes pues tienen una complejidad de detalles importantes, y que en el sistema europeo la simplicidad en ello es la regla.

Escalabilidad de los Signos

Astudillo expresa que hay una tendencia que propone a los productores que estén interesados en una IG, comenzar con un signo distintivo menos complejo.

Hay quienes proponen que se puede hacer un camino a través de los signos, para poder hacer estos procesos más sencillos, y recomiendan iniciar por ejemplo con una marca

colectiva, es más sencilla de solicitar y permite que los socios vayan como ganando experiencia, para después llegar, ya sea una denominación de origen, o una indicación geográfica en sentido estricto, para que vayan practicando y aprendiendo, y ahí puedan trascender esos signos. (J. Astudillo, comunicación privada, 29 de julio de 2021).

En relación a lo anterior, este camino de escalabilidad de los signos que pudiese comenzar con una marca colectiva, de esa manera lograr acumular experiencias y aprendizajes, para posteriormente lograr el reconocimiento de una IG o una DO. Sin embargo, esta recomendación tiene sus detractores, como lo comentó Moquillaza