

**Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas en el Ecuador:
importancia, necesidad de desarrollo y perspectivas jurídicas**

Autores:

Jorge Núñez Grijalva (jnunez@pucesa.edu.ec)

Dayana Madrid Villacís (dayamv-17@live.com)

Institución: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato

Resumen

Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas ocupan un lugar destacado en el comercio internacional, en acuerdos multilaterales y están reguladas por legislaciones internas a nivel mundial, por ser una categoría entre las marcas especializadas que establece el Derecho de Propiedad Intelectual. En tal virtud, el propósito de este trabajo es analizar las denominaciones de origen e indicaciones geográficas como instrumentos de protección legal, para comprender de qué manera se han desarrollado estos conceptos en la legislación ecuatoriana, y mostrar la importancia de su uso, al ser un tema relativamente novedoso. Para hacerlo se propone una aproximación breve hacia su conceptualización, y posteriormente se establece la necesidad de potenciar el uso y protección de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas desde la Administración Pública. Se le ha dado un enfoque metodológico cualitativo por cuanto se las describe como marcas especializadas y se definen sus características e importancia, mientras que se ha utilizado el método descriptivo que ha caracterizado la situación en concreto a investigarse partiendo de experiencias en países referentes respecto a estos instrumentos de protección, con lo cual se ha vinculado al Derecho comparado que ha sido fundamental para dar sustento a las ideas que se proponen.

Palabras clave: denominaciones de origen, indicaciones geográficas, derecho de propiedad intelectual, marcas

Abstract

Denominations of origin and geographical indications occupy a prominent place in international trade, in multilateral agreements and are regulated by domestic legislation worldwide, as a category among the specialized brands established by Intellectual Property Law. Thus, the purpose of this paper is to analyze denominations of origin and geographical indications as instruments of legal protection, to understand how these concepts have been developed in Ecuadorian legislation, and to show the importance of their use, being a Relatively new subject. In order to do so, it is proposed a brief approach to its conceptualization, and subsequently establishes the need to promote the use and protection of designations of origin and geographical indications from the Public

Administration. It has been given a qualitative methodological approach insofar as it is described as specialized marks and its characteristics and importance are defined, while the descriptive method that has characterized the specific situation to be investigated based on experiences in referring countries regarding these Instruments of protection, which has been linked to comparative law that has been fundamental to support the ideas that are proposed.

Keyword: Designations of origin, geographical indications, intellectual property rights, trade marks

Introducción

El Derecho de Propiedad Intelectual como rama jurídica busca proteger las creaciones de carácter humano, propias del trabajo y esfuerzo de cada persona en favor del derecho de propiedad inherente a todo ser humano. Estas creaciones deben ser dignas de un reconocimiento jurídico que otorgue validez, confianza y certificación de calidad ante los demás, es así que la doctrina clasifica el objeto de protección en Derechos de autor y Propiedad industrial. La primera protege toda obra literaria, artística, información digital y multimedia, mientras que la propiedad industrial abarca las nuevas creaciones como marcas, signos distintivos, modelos industriales, patentes, entre otras. Los signos distintivos, como las marcas o los nombres comerciales permiten identificar en un mercado determinado cuál es el origen empresarial, industrial o geográfico de un determinado bien o servicio.

Ahora bien, un signo distinto da la pauta a los consumidores el origen del bien o del servicio al que está teniendo acceso, o el que va a adquirir. En este contexto, las denominaciones de origen e indicaciones geográficas son un tipo de signo distintivo o marca especializada, por las cuales la Organización Mundial de Propiedad Intelectual define a las indicaciones geográficas como "un signo que se utiliza para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades, características o una reputación derivadas principalmente de su lugar de origen", es decir, una indicación geográfica crea un vínculo cualitativo entre el producto o servicio con el lugar o región donde este ha sido producido o prestado, respectivamente.

Con propósito de identificar el origen geográfico de los productos, las denominaciones de origen e indicaciones geográficas consisten en el nombre del lugar o región donde ha sido elaborado un producto. Se toma como ejemplo típico de estas marcas especializadas a bebidas espirituosas como el Tequila o el Champagne que son mundialmente reconocidos por su exquisitez y particulares características. Es así que la evolución europea y también latinoamericana respecto a esta categoría de marcas especializadas muestra el interés a nivel económico y social que ha conseguido a través de su aplicación, además de la adaptación normativa hacia un marco legal que cubra la protección de las Denominaciones de origen e Indicaciones Geográficas.

Un mecanismo generador de oportunidades para un país se logra promoviendo varios productos propios mediante las denominaciones de origen. En el Ecuador, se asignó la primera Denominación de origen nacional en el 2008 al “Cacao de Arriba”. Hasta la actualidad, el país tiene registrados tres productos, y este registro garantiza al consumidor la más alta calidad posible y características especiales. A cambio, los productores obtienen una protección legal contra la producción de tales productos en otras zonas. Sin embargo, revisando la normativa vigente en el país se ha evidenciado que tanto la Constitución como las leyes internas promueven el uso y aplicación de estos instrumentos para los productos, pero la realidad es que no se están aprovechando al máximo sus beneficios. En este sentido, se pretende dar a conocer la importancia de las Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas y la proyección jurídica que ha ido consolidando en el Ecuador.

Desarrollo

Estado del Arte

Según Errázuriz (2010) las indicaciones de procedencia geográfica, entre las que se enmarcan las denominaciones de origen, nacieron con la costumbre de designar a los productos con el nombre del lugar de su producción o fabricación. El uso de Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas es la natural consecuencia de productos de calidad que gozan de buena reputación. Desde la antigüedad, por ejemplo, ha existido una estrecha relación entre la naturaleza del suelo y la calidad específica de los productos allí fabricados.

Es menester aclarar que dentro de las indicaciones geográficas directas se utilizan indistintamente los siguientes términos jurídicos: indicación de procedencia; indicación geográfica; denominación de origen; denominación de origen protegida; e indicación geográfica protegida. Es por esto que Botana (1994) pone de manifiesto la ausencia de un concepto legal uniforme y de validez universal al respecto, lo que supone que la cuestión de la definición se tenga que abordar con referencia a texto legal en particular que se tenga. En tal virtud, en esta investigación se ha delimitado a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas como objeto de estudio de manera general, ya que la legislación ecuatoriana ha otorgado esta conceptualización jurídica a través de sus leyes de Propiedad Intelectual e Industrial, por lo que vale la pena entender el campo de acción de ambas.

Según la OMPI (2015), una indicación geográfica es, “(...) un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen. Por lo general, la indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos. Un ejemplo típico son los productos agrícolas que poseen cualidades derivadas de su lugar de producción y están sometidos a factores geográficos específicos, como el clima y el terreno”, p. 1. Como buen ejemplo del desarrollo de la indicación geográfica proveniente de los países andinos y que ha alcanzado fama y reconocimiento mundial, se encuentra el caso del Café de Colombia.

Al respecto del desarrollo de esta afamada indicación geográfica, la información de la OMPI (2015), relata que, “en diciembre de 2004, la FNC (Federación Nacional de cafeteros de Colombia), presentó al Gobierno de Colombia una solicitud para reconocer ‘Café de Colombia’ como indicación geográfica. A los tres meses, esa solicitud fue ratificada. En 2005, la FNC abrió un nuevo camino solicitando protección para el Café de Colombia como Indicación Geográfica Protegida en virtud del sistema de la Unión Europea (UE); era la primera vez que se presentaba una solicitud de este tipo para un producto procedente de un país de fuera de la UE después de la ampliación de dicho sistema a los productos con indicaciones geográficas no europeas. Después de una serie de altibajos en el camino, el procedimiento de la UE concluyó al expirar el período

de oposición de 2 años y, en septiembre de 2007, se hizo oficial el reconocimiento formal del Café de Colombia como Indicación Geográfica Protegida en virtud del sistema de la UE. Sin embargo, en los Estados Unidos de América, la estrategia de la FNC prosiguió basándose en las marcas”, p. 1. Es importante acotar que, según lo observado, la FNC ha utilizado su indicación geográfica como parte de una estrategia empresarial para alcanzar un claro estatus de liderazgo a nivel mundial para su producto, convirtiéndolo en un verdadero ícono que representa a Colombia en todo el mundo.

Como se observa a través de este claro ejemplo, las indicaciones geográficas, modernamente se han convertido en signos distintivos de alcance internacional, dinamizando el comercio y las transacciones de mercancías protegidas bajo su registro. Al respecto, es relevante citar el punto de vista de la Organización Mundial del Comercio –OMC-. Al respecto, la OMC (2015) explica la función que cumple una indicación geográfica, de la siguiente manera: “La calidad, reputación u otras características de un producto pueden determinarse en función del lugar de donde proceden. Las indicaciones geográficas son topónimos (en algunos países son también palabras asociadas con un lugar) que se utilizan para identificar productos que proceden de determinados lugares y tienen determinadas características (por ejemplo, “Champagne”, “Tequila” o “Roquefort”)”, p. 1.

Como un segundo ejemplo de una indicación geográfica de alcance mundial, está el caso del Tequila mexicano. Según datos del Consejo Regulador del Tequila, citado por la OMPI (2015), “en 1978, el tequila fue registrado en virtud del Arreglo de Lisboa administrado por la OMPI, con lo que adquirió estatuto internacional. El tequila se produce exclusivamente en una zona geográficamente delimitada de México (territorio de la zona de Jalisco) en la que crece su principal materia prima, la planta del agave, que se parece a un cactus. La venta de tequila aumentó como resultado de ese registro por cuanto los productores tuvieron así la posibilidad de garantizar la calidad del producto pues podían impedir que el nombre fuera utilizado para productos elaborados con otros ingredientes o procedentes de otras localidades, lo que en última instancia iba en detrimento de la reputación del producto mexicano original y decepcionaba al consumidor”, p. 1.

Dadas las consideraciones anteriores, en todas partes del mundo existen ciertas regiones o países que cuentan con características geográficas especiales y formas de elaboración tradicionales para ciertos productos, lo que conlleva la autenticidad de los mismos y que se caractericen por ser típicos de la zona. Esto permite que, como ya se ha ejemplificado anteriormente, los productos ocupen un lugar especial en las preferencias de los consumidores y a su vez ayude a crear ventaja competitiva respecto al precio y la originalidad. De acuerdo a Urbina (2016) la existencia de productos calificados como “típicos” o propios de una zona, no sólo favorece su identificación, sino también su protección, diferenciación, posicionamiento y comercialización si lo hacen a través del uso de una Denominación de origen. Junto con las Indicaciones geográficas se han convertido en un activo estratégico para las empresas y productores, y estas protecciones persiguen la valoración económica de un producto alimenticio tradicional, por sus particularidades en la producción que los hace similares, pero a la vez únicos en el mercado, además de ser una alternativa para los productos tradicionales.

Denominaciones de origen

El Arreglo de Lisboa, relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional, define de la siguiente manera a las denominaciones de origen:

“Artículo 2

1) 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.

2) El país de origen es aquél cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad o bien aquél en el cual está situada la región o la localidad cuyo nombre constituye la denominación de origen que ha dado al producto su notoriedad.

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”, pp. 1-2.

En la búsqueda de una definición puntual, se recurre al IDECOPI (2015) de Perú, para el cual una denominación de origen es, “(...) aquella que emplea el nombre de una región o ámbito geográfico y que sirve para designar, distinguir y proteger un producto en función de sus especiales características derivadas, esencialmente, del medio geográfico en que se elabora, considerando factores naturales, climáticos y humanos”, p. 1.

En Ecuador, según información del IEPI (2014), el 24 de marzo de 2008, -Cacao Arriba- se constituyó en la primera denominación de origen nacional, la cual se otorgó basándose en el hecho que el cacao fino de aroma de Ecuador, durante siglos ha sido reconocido a nivel mundial por su alta calidad, sabor y aroma. Posteriormente, con fecha 15 de junio de 2009, se otorgó la segunda denominación de origen del país, denominada -Sombrero de Montecristi-. Esta antigua y delicada artesanía, es elaborada con la paja toquilla que crece en la provincia de Manabí, a la cual pertenece el cantón Montecristi; y a pesar de que históricamente ha sido elaborada por los artesanos de esta localidad ecuatoriana, a lo largo de los años equivocadamente se le denominó como *Panama Hat* (sombrero de Panamá); por lo que, esta denominación de origen nacional, rescata la tradición original y permite contarle al mundo que su tejido único es originario de Montecristi, Ecuador.

Si se comparan la indicación geográfica con la denominación de origen, resulta que las diferencias entre las dos son muy sutiles, las cuales no siempre se las puede apreciar con claridad. A este respecto de estas sutiles diferencias, el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial –INAPI- de Chile (2015), opina lo siguiente:

“Tanto la indicación geográfica como la denominación de origen son derechos de propiedad industrial que identifican un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación u otra característica del mismo sea imputable, fundamentalmente, a su origen geográfico. Sin embargo, en la denominación de origen, se atiende además o se

toma en consideración otros factores naturales y humanos que incidan en la caracterización del producto.

La denominación de origen es un tipo especial de indicación geográfica que por lo general consiste en un nombre geográfico o una designación tradicional utilizada para productos que poseen cualidades o características específicas que cabe atribuir principalmente al entorno geográfico de producción. En el concepto de indicaciones geográficas quedan comprendidas las denominaciones de origen”, p.1.

Respecto a esta comparación, se puede decir que las denominaciones de origen son un tipo específico de indicaciones geográficas e incluso más precisas; así por ejemplo, una indicación geográfica indica que un producto determinado procede de una zona geográfica concreta. Sin embargo, las denominaciones de origen indican que un determinado producto posee ciertas cualidades que se deben sobre todo a su lugar de origen geográfico. De esta forma, la idea subyacente en una denominación de origen, es que este producto debe sus cualidades específicas al lugar geográfico del que proviene. Por ejemplo, el queso francés Roquefort; quienes fabrican este afamado queso, aseveran que su particular sabor se produce porque el producto se cura en las bodegas de la región de Roquefort, Francia; y entonces, es solamente debido a este factor de maduración (a cierta temperatura y humedad), que este producto adquiere el peculiar sabor que lo ha hecho famoso a nivel mundial.

Ahora bien, la denominación de origen según Castro (2009) es “un signo distintivo que hace referencia a una localidad, ciudad, país, región, es decir, zona geográfica en la cual ha sido recolectado, transformado o fabricado un producto notorio” (p.194) es decir, que por tener dicha zona determinadas características naturales, de suelo, climáticas, humanas o geográficas, hace que dicho producto tenga cierta reputación o cualidades no obtenibles de haber sido producido en una zona distinta. Por lo tanto, la protección de las denominaciones de origen se justifica porque constituyen un instrumento de utilidad colectiva, que aporta beneficios a una pluralidad de sectores humanos, entre ellos el sector productivo, sector consumidor, sector turístico,

tecnológico, científico, y económico por citar algunos. Esto resulta sumamente útil dentro de un mundo globalizado y cada vez más competitivo como el de hoy.

Entre las ventajas que otorga las protecciones legales antes mencionadas, además de la reputación y las ventajas económicas y competitivas derivadas de tal hecho, se indica un derecho negativo que de acuerdo a Pachón (1986) es el derecho a impedir que otras personas utilicen el signo distintivo del que son beneficiarios, o que registren como marca el mismo signo distintivo protegido con la denominación; es decir, una denominación de origen según Pérez de la Cruz Blanco (2008) "impide que otras personas puedan ofrecer productos que alcancen el grado de calidad que ha prestigiado tal procedencia" (p.53) o que registren marcas con signos similares que puedan generar confusión en el mercado. En tal virtud, se exige implícitamente la existencia de sistemas de control de calidad que examinen constantemente si el beneficio colectivo está cumpliendo sus fines, y si se está garantizando al consumidor un acceso a los productos auténticos y originales.

Un aspecto sumamente importante para los países en vías de desarrollo es que la utilización de las indicaciones geográficas no se limita a los productos agrícolas, ya que pueden servir también para destacar las cualidades específicas de un producto que es resultado de factores humanos propios de un lugar o de una región. En estos países se protegen por esta vía productos artesanales en cuya elaboración adquieren especial relevancia los conocimientos y tradiciones de fabricación concretos, como es el caso del sombrero Montecristi en el Ecuador. Este producto ecuatoriano ha sido el primero en obtener el reconocimiento de una denominación de origen en el país, y en su fabricación se conjuga el valioso elemento humano, el material con la tradicional paja toquilla que permite elaborar un producto de alta calidad, y que goza de fama mundial a pesar de ser conocido como "Panama Hat". La confusión ocasionada entre los consumidores al adquirir estos sombreros de paja toquilla fabricados en Ecuador, ha significado pérdidas económicas para el país, como también pérdida de identidad de un producto que le corresponde por derecho. En este ejemplo se vio reflejada la necesidad de que el Estado tome cartas en el asunto, y es a partir de este hecho que las

denominaciones de origen adquieren relevancia e interés en los ciudadanos del Ecuador.

Situación jurídica actual de las Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas como herramienta de gran importancia en el desarrollo económico y social

A nivel internacional la mayoría de los derechos de propiedad industrial se orientan por el principio de territorialidad, el cual establece que la protección y explotación de un activo de propiedad industrial sólo se otorga en el territorio donde ha sido reconocido, es decir, que no se extiende más allá de las fronteras del país donde el derecho se ha dado. Al respecto, el Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones geográficas de la OMPI (2012) sostiene que “las indicaciones geográficas son de carácter territorial por lo que el principio de territorialidad, que se asocia generalmente con la protección de los derechos de propiedad intelectual, se aplica asimismo lógicamente a la esfera de las indicaciones geográficas” (p.26). Es así, que las indicaciones geográficas se protegen o se les niega reconocimiento jurídico de acuerdo a las leyes y reglamentos internos de cada país.

Ahora bien, además de una protección local para Palau y Palcón (2012) los bienes de propiedad industrial merecen una protección internacional que evite cualquier usurpación o imitación, y respecto a esto algunos países han suscrito varios tratados internacionales con esta finalidad; lo que ha resultado una tarea muy compleja por las diferencias entre conceptos jurídicos en muchos países. Estos tratados han regulado de cierta forma la aplicación de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas, con el objetivo de unificar criterios, siendo uno de los principales el Acuerdo de Lisboa, que entró en vigencia en 1966 y es administrado por la oficina Internacional de la OMPI. Una de las ventajas de ser contratantes en el Acuerdo, es asegurar la protección de la denominación sin necesidad de renovación, mientras dicha denominación esté protegida como tal en el país de origen. Destacan además el Convenio de la Unión de París de 1883, Arreglo de Madrid de 1891, y el Acuerdo sobre los Aspectos de Propiedad Intelectual relativos al Comercio de 1995.

Para que opere el reconocimiento de una Denominación de origen andina o de un tercer país, es necesario que la solicitud haya sido presentada por los productores, fabricantes o artesanos que tengan un legítimo interés, o por parte de las autoridades competentes del lugar donde proviene la Denominación. También es necesario para el reconocimiento en otro país andino que la Denominación de origen se encuentre protegida como tal en su país. En el Ecuador, el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (INGENIOS), a partir del art. 428 señala los requisitos para otorgar el reconocimiento legal de las denominaciones de origen, mientras que las indicaciones geográficas se hallan a partir del art. 447 dentro del apartado de las especialidades tradicionales garantizadas. Por lo tanto, la ley bajo la regulación del Instituto de Propiedad Intelectual establece los mecanismos jurídicos para aquellos que demuestren el legítimo interés de adquirir este reconocimiento legal.

Desde el punto de vista internacional, hay varias legislaciones que han desarrollado ampliamente el marco normativo que promueve y respalda el uso de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas. Por citar un ejemplo, la ley española según Palau y Palcón (2012) señala:

La conveniencia de fomentar la diversificación de la producción agrícola para conseguir un mayor equilibrio en el mercado entre la oferta y la demanda, toda vez que la promoción de los productos que presenten determinadas características puede resultar muy beneficiosa para el mundo rural, especialmente para las zonas menos favorecidas y más apartadas, al asegurar la mejora de la renta de los agricultores y el asentamiento de la población rural en esas zonas (p.280).

En tal virtud, existe normativa que en base a la experiencia lograda a través de las marcas especializadas, ha establecido parámetros que fomentan el desarrollo económico y social de sectores que de cierta forma, han sido abandonados o poco tomados en cuenta por el Estado, y así estas herramientas permiten un mayor aprovechamiento de las condiciones que la naturaleza brinda, con el valor del recurso humano, y la capacidad de crear productos que merezcan ser valorados a nivel nacional y mundial.

La evolución normativa en la materia no es exclusiva de nuestro país, de tal forma que países latinoamericanos y otros a nivel mundial han ido adaptando su ordenamiento jurídico de manera progresiva y en constante evolución hacia un marco legal que cubra el reconocimiento, protección y control de las Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas, desde un enfoque armonizado y conforme a las políticas públicas de cada país. Este enfoque de la normativa internacional es el referente para todos los países que busquen expandir el comercio a nivel local; siendo respaldadas a nivel global por las normas de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual y la Organización Mundial de Comercio.

A partir de las investigaciones que se han expuesto y la información recopilada en este documento, se proponen varios criterios a tomar en cuenta respecto al tratamiento que debe darse a las Denominaciones de origen e Indicaciones geográficas. En la investigación realizada por Gotschlich y Valverde (2011) se refuerza la utilidad de su uso, por cuanto el establecimiento de un sistema normativo que consagre la protección de las Indicaciones geográficas y Denominaciones de origen conlleva beneficios y ventajas, entre ellos se destaca la posibilidad de que los privilegios industriales facilitan la coordinación de la cadena de producción en torno al origen geográfico y a las prácticas culturales y tecnológicas locales, consolidándose así la promoción colectiva de productos tradicionales de pequeños y medianos empresarios en una zona determinada del país.

Si bien el Ecuador ya contempla los procedimientos correspondientes para el registro de denominaciones de origen en el Código "INGENIOS", la necesidad de ir incorporando mayor control a la calidad de los productos que ya gozan de una denominación de origen o indicación geográfica es fundamental, en razón de que los Consejos Reguladores cumplen funciones de seguimiento, evaluación y control, pero en el país no se han creado aún, a pesar de ser un organismo presente en países que han optado por incorporar normativamente estas figuras de protección legal. En la actualidad, las atribuciones respecto al otorgamiento, reconocimiento y seguimiento a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas las ejerce el Instituto de Propiedad Intelectual IEPI, no obstante esta entidad ya cuenta con múltiples funciones

que cumplir dentro del Derecho de Propiedad Intelectual, por lo cual se aspira que en los próximos años, y mediante el impulso de ir construyendo y trabajando en potenciales reconocimientos de protección legal a distintos productos que ofrece el país, se materialice la conformación de un Consejo Regulador que guíe de manera especializada el rumbo de estas herramientas de protección legal.

Actualmente, existe un gran interés en los países en desarrollo por la obtención de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas, tal es el caso de Colombia, Chile, o México, que las han aplicado exitosamente, sin contrastar datos socio-económicos lo cual no ha estado libre de obstáculos. No cabe duda de acuerdo al criterio de Palau y Pacón (2012) que los países en vías de desarrollo están en una situación de desventaja para lograr la protección de indicaciones geográficas debido a sus escasos recursos, sistemas de información e infraestructuras, sin embargo varios países desarrollados han impulsado su uso, siendo así que incluso en Europa existe apoyo público para apoyar a los interesados en la consecución de la denominación de origen o indicación geográfica y en el posterior funcionamiento de la misma, financiando, por ejemplo, como ocurre en la Comunidad Valenciana a los consejos reguladores de las denominaciones de origen.

El apoyo público se ha constituido como parte fundamental en la consolidación de muchas marcas especializadas, ya que las necesidades económicas en la fase de constitución de las indicaciones geográficas se solventan en muchas ocasiones gracias a la cooperación internacional. Es así que el Estado y las distintas organizaciones nacionales son las llamadas a garantizar su continuidad y consolidación, la sostenibilidad y mejora de la producción y, sobre todo, su homogeneidad. Esto se logra a través del trabajo conjunto con los sectores productivos, ya que es normal que ellos desconozcan las herramientas que la ley les ofrece para su aprovechamiento, procedimientos a seguir y requisitos para la obtención. Finalmente, como señalan Nair y Kumar (2005), los beneficios inherentes a las indicaciones geográficas sólo pueden consolidarse en el mercado si se adopta una estrategia en dos niveles: uno relativo a la promoción comercial de la indicación y el otro a su promoción legal. En el caso particular ecuatoriano, si bien ya se han iniciado las primeras acciones en este campo

hay camino por recorrer, y como se ha demostrado en esta investigación, las herramientas a nivel legal existen, sin embargo el apoyo público es indispensable para buscar la diferencia, atraer a los consumidores, y potencializar el desarrollo económico de la región a través de estos instrumentos legales. Además, la Constitución y leyes orgánicas facultan y obligan a la Administración Pública a que intervenga en las tareas de incentivo y trabajo vinculado a los sectores productivos, a pesar de llevarse a cabo algunos planes de acción para fortalecer el desarrollo productivo, la aplicación de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas está siendo infravalorada y no considerada como debería serlo.

Conclusiones

Se concluye que el transcurso del tiempo ha ido definiendo la naturaleza jurídica de la protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen. Durante gran parte del siglo XIX su protección se consideraba exclusivamente hacia un tipo específico de producto, y se regulaba a través de las normas en contra de la competencia desleal, pero esta protección evoluciona para reconocerle la calidad de derechos de propiedad intelectual. Esta evolución normativa se refleja tanto a nivel internacional como en el caso de Ecuador, donde se establecen procedimientos para su solicitud y reconocimiento. El desarrollo normativo comienza con la regulación de las denominaciones de origen en el ámbito de los sombreros de paja toquilla y el cacao, al ser productos muy codiciados y que van afianzando su prestigio desde el aspecto internacional y local. Esto da origen a la necesidad de protección legal de productos especiales que atraen a la gestión deshonestas de terceros, y se ha demostrado a través de legislaciones extranjeras más avanzadas en el área que esto ha generado efectos muy positivos que se han consolidado a nivel económico y social.

La propuesta es establecer criterios jurídicos a partir del ámbito público en favor de la aplicación de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas como instrumentos claves en la generación de empleo, en el desarrollo económico, social, tecnológico, turístico, entre otros, para el fortalecimiento de estas áreas. Sin duda alguna, son fundamentales en el aporte a la construcción de la identidad del país, mejorando el acceso al mercado y obteniendo una mayor retribución en su

comercialización, lo que a mediano y largo plazo se traduce en una expansión de los alcances productivos, al desarrollo económico regional, y a la conservación de elementos culturales ancestrales que conforman la identidad de una zona en particular y además del país de origen.

Finalmente, se puede concluir que todas las denominaciones de origen son indicaciones geográficas, pero no todas las indicaciones geográficas son denominaciones de origen. Es importante mencionar que a la vez, pueden coexistir una indicación geográfica y una denominación de origen, sobre un mismo producto, teniendo por tanto este producto una “doble protección”; un buen ejemplo de esto, es el caso del Champagne francés, el cual está registrado como indicación geográfica y como denominación de origen.

Referencias bibliográficas

Botana Agra, M. (1994). La protección de las Marcas Internacionales, Marcial Pons, Madrid, pág, 79. ProQuest ebrary.

Castro García, J. D. (2009). La propiedad industrial. Bogotá: Universidad Externado de Colombia. p. 196.

Errázuriz Tortorelli, C. (2010). Indicaciones geográficas y Denominaciones de origen: Propiedad Intelectual en Progreso. *Revista chilena de derecho*, 37(2), 207-239. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372010000200002>

Granados Aristizábal, Juan Ignacio. (2012). Las denominaciones de origen en la industria agrícola: una herramienta de distinción y competitividad. *Producción + Limpia*, 7(2), 95-105. Retrieved from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1909-04552012000200007&lng=en&tlng=es.

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual-IEPI (2014), *Cacao Arriba, La Pepa de Oro*, Quito; recuperado de. <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/cacao-arriba-la-pepa-de-oro/>, con fecha 25 de noviembre de 2016.

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual-IEPI (2014), *Familia Pachay, historia viva del Sombrero de Montecristi*, Quito; recuperado de, <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/familia-pachay-historia-viva-del-sombrero-de-montecristi/>, con fecha 25 de noviembre de 2016.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual – INDECOPI (2016). *¿Qué es una Denominación de Origen?*. Lima; recuperado de: http://www.indecopi.gob.pe/0/modulos/JER/JER_Interna.aspx?ARE=0&PFL=11&JER=375, con fecha 20 de noviembre de 2016.

Instituto Nacional de la Propiedad Industrial –INAPI-. (2015), *¿Qué son las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen?*. Santiago de Chile; recuperado de: <http://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-750.html>, con fecha 24 de noviembre de 2016.

Millán Salas, F. (2012). *La denominación de origen: su protección jurídica*. Madrid, ES: Editorial Reus, 2012. ProQuest ebrary.

OMPI. Geo indications. [En línea].Url disponible en: http://www.wipo.int/geo_indications/en/about.html

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual-OMPI (2015). *La importancia del origen: la experiencia de Colombia*. Zurich; recuperado de: <http://www.wipo.int/ipadvantage/es/details.jsp?id=2617>, con fecha 15 de noviembre de 2015.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual-OMPI. (2015). *¿Qué es una indicación geográfica?*. Zurich, Suiza: http://www.wipo.int/geo_indications/es/

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual-OMPI (2015). *El Sistema de Lisboa: Protección Internacional de Identificadores de Productos Típicos de Zonas Geográficas Específicas*, Zurich; recuperado de: <http://www.wipo.int/lisbon/es/about.html>, con fecha 15 de noviembre de 2015.

Organización Mundial del Comercio – OMC, *Indicaciones Geográficas*, 2017; recuperado de: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/gi_s.htm, con fecha 15 de noviembre de 2015.

Pachón Muñoz, M.(1986). *Protección de los derechos de la propiedad industrial*. Bogotá: Temis. p. 3

Palau Ramírez F., Pacón, A. M. (2012). *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*. Valencia, ES: Editorial Tirant Lo Blanch. ProQuest ebrary.

Pérez de la Cruz Blanco, A. (2008). *Derecho de la propiedad industrial, intelectual y de la competencia*. Madrid: Marcial Pons, p. 53

Ríos Ruiz, W. (2009). La propiedad intelectual en la era de las tecnologías. Bogotá: Universidad de los Andes, p. 4.

Urbina Medina, K.Y. (2016). La denominación de origen como estrategia de diferenciación para el queso telita en el estado Bolívar-Venezuela. Universidad de Córdoba, UCOPress.