

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Las indicaciones geográficas son los signos que se utilizan para indicar que un producto o servicio procede de una zona geográfica o lugar determinado.

En nuestra legislación comunitaria andina, Decisión 486, se diferencian claramente dos tipos de indicaciones geográficas:

1.- Las denominaciones de origen que son definidas como: "... una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos." y,

2.- Las indicaciones de procedencia, que se definen simplemente como "un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado"

Estas dos figuras constituyen verdaderas concesiones que hace un Estado para fomentar y publicitar los productos de una determinada región a favor de un grupo de productores, se trata de derechos colectivos que se otorgan a quienes cumplan con los requisitos establecidos en la ley. Así la normativa andina, en su artículo 212, establece que "La utilización de denominaciones de origen con relación a los productos naturales, agrícolas, artesanales o industriales provenientes de los Países Miembros, queda reservada exclusivamente para los productores, fabricantes y artesanos que tengan sus establecimientos de producción o de fabricación en la localidad o región del País Miembro designada o evocada por dicha denominación.

Solamente los productores, fabricantes o artesanos autorizados a usar una denominación de origen registrada podrán emplear junto con ella la expresión "DENOMINACION DE ORIGEN."

Para que un producto sea protegido como una denominación de origen se requiere que exista una relación directa entre las características o cualidades del producto y los factores geográficos y humanos de la región de donde dicho producto es extraído o producido, esta es la principal diferencia respecto de las indicaciones de procedencia.

Una de las denominaciones más conocidas es el champaña -champagne- vino blanco espumoso producido en la región de Champagne en Francia, sitio donde el monje benedictino Don Perión, descubrió esta bebida en 1688¹.

¹ Revista Líderes, Lunes 8 de agosto de 2005, No. 405. Pág., 8

El uso de las indicaciones geográficas tiene lugar fundamentalmente en Europa, especialmente en lo que se refiere a quesos, vinos, chocolates....

La disputa por las indicaciones geográficas no es algo reciente, ocurrió con el “Champagne”, cuando varios productores españoles quisieron etiquetar con esta indicación a vinos producidos fuera de Francia. El reconocido Tequila también sufrió los embates de productores interesados en fabricar y embotellar la bebida en Sudáfrica, siendo finalmente reivindicado como denominación de origen a favor de México. Más recientemente fue resuelta la disputa del “Pisco”, bebida que solo podrá ser fabricada y embotellada en el sur del Perú.² Estas rencillas internacionales demuestran la importancia comercial que tiene proteger legalmente a las indicaciones geográficas.

Varios tratados internacionales administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) estipulan la protección de las indicaciones geográficas, especialmente el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 1883, y el Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional -que cuenta con 23 miembros- el último en adherirse fue Perú- Además, los artículos 22 a 24 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC) se ocupan de la protección internacional de las indicaciones geográficas en el marco de la Organización Mundial del Comercio (OMC)³

Las indicaciones geográficas son una herramienta muy útil para los pequeños productores de una determinada región y ciertamente debería ser utilizada en nuestros países en mayor escala. Resulta conveniente evitar que terceros pretendan aprovecharse de las características de una zona geográfica o de sus tradiciones manufactureras para vender productos que no son originarios de ese lugar; y fundamentalmente, resulta provechoso impulsar entre los consumidores de todo el mundo las bondades de los productos de nuestras tierras, lo que repercutirá en la elevación de las ventas y el nivel de vida de nuestros artesanos y pequeños productores, quienes verán efectivamente protegido su trabajo y esfuerzo de cada día.

No son pocos los ejemplos que en el ámbito latinoamericano existen sobre indicaciones geográficas. El Tequila, el Café de Colombia, el Pisco, etc., son claros expositores de la conveniencia de posicionar los productos propios de una zona geográfica determinada en el mercado local e internacional. Sin duda, las indicaciones geográficas pueden convertirse en un puntal de desarrollo de nuestros países.

² Ib Idem.

³ Información tomada de la Página Web de la Ompi.