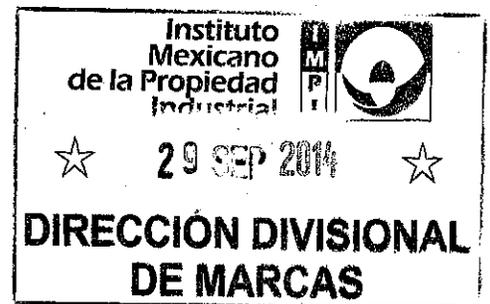
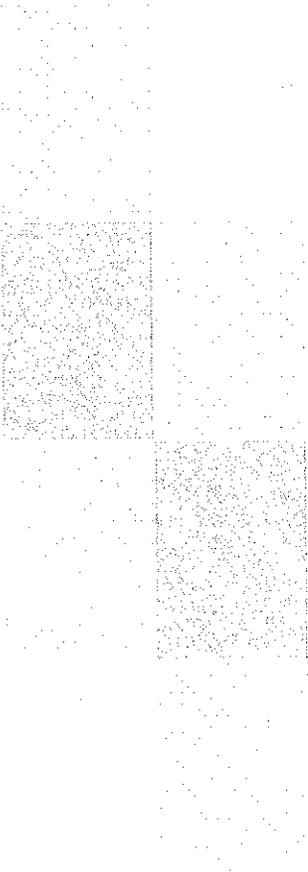




ESTUDIO RELATIVO A LOS REGÍMENES JURÍDICOS DE
RECONOCIMIENTO Y PROTECCIÓN DE LAS
INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y LAS DENOMINACIONES
DE ORIGEN, EN PAÍSES SELECCIONADOS.

PRIMER ENTREGABLE



Septiembre 2014



CONTENIDO

- I. INTRODUCCIÓN.
- II. SISTEMAS JURÍDICOS DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
 - A) LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS DAN VALOR AL ORIGEN.
 - B) EL CONCEPTO DE INDICACIÓN GEOGRÁFICA DETERMINADO EN EL ACUERDO SOBRE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO (ADPIC), 1994.
 - C) EL CONVENIO DE PARIS
 - D) ARREGLO DE LISBOA
 - E) SISTEMA JURÍDICO DE LA UNIÓN EUROPEA
 - F) AUSTRALIA
 - G) CANADÁ
 - H) JAPÓN
 - I) ESTADOS UNIDOS
 - J) NUEVA ZELANDA
 - K) SINGAPUR
- III. ANEXO 1 EJEMPLOS DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN.
- IV. ANEXO 2 RESUMEN DE FIGURAS JURÍDICAS DE PROTECCIÓN Y REGULACIÓN.

Primer Entregable

Estudio que identifique los sistemas jurídicos de Estados Unidos, Nueva Zelanda, Australia, Canadá, Japón, Singapur y el régimen comunitario de la Unión Europea, en materia de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

I. Introducción.

El tema de Indicaciones Geográficas a nivel internacional ha sido relevante por los beneficios económicos que se derivan de la protección de la propiedad intelectual que tienen los productos y servicios que gozan de la misma al contar con una herramienta poderosa de apoyo en la comercialización y también ha resultado sensible para un número importante de países dado que las condiciones de operación de los distintos grupos de productores tienen que ser diferenciadas, por lo que cuentan con diversas figuras jurídicas entre las que destacan las propias Indicaciones Geográficas, las Denominaciones de Origen, las Marcas de Certificación y las Marcas Colectivas, entre otras.

Para este entregable, en primer lugar, se identifica qué son las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen, se citan a los tratados fuente de su definición, de los cuales México es suscriptor y que son el Convenio de París, Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC) y el Arreglo de Lisboa.

Se analizan los sistemas jurídicos de los países seleccionados, mencionando las disposiciones legales relevantes de cada uno de ellos, destacándose los reconocimientos y las disposiciones que tutelan las distintas figuras jurídicas AD-HOC a su política comercial y cultural.

Asimismo, se cita a las diversas herramientas administrativas respecto de su reconocimiento y protección:



Respecto de la Unión Europea se identifica y detalla un inventario de productos identificados en una base de datos muy moderna de Indicación Geográfica protegida, Denominación de Origen Protegida y Especialidad Tradicional Garantizada. En el caso de Australia y Estados Unidos se identifica su inventario para vinos con Indicaciones Geográficas y en el caso de Estados Unidos el inventario de vinos con Denominación de Origen ("appellations of origin") (así como la lista de los que reconocen de la Unión Europea).

Se presentan ejemplos de DOP's y de IGP's de España, Francia e Italia.

Finalmente se concluye con un cuadro ilustrativo en el que se reflejan las figuras jurídicas reconocidas por estos países y a los productos que las aplican.



II. SISTEMAS JURÍDICOS DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

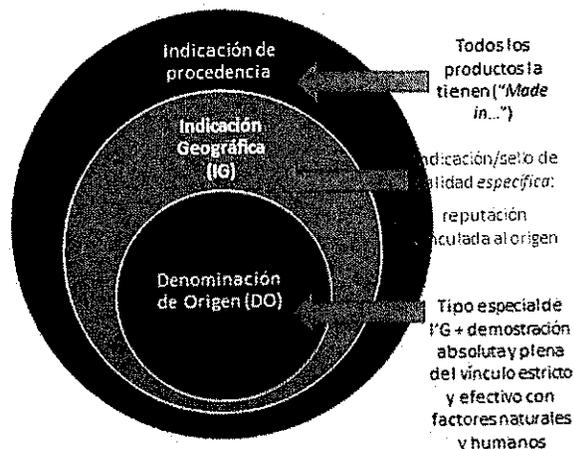
Unión Europea, Australia, Canadá, Japón, Nueva Zelanda, Estados Unidos de América y Singapur.

a) Las Indicaciones Geográficas dan valor al origen.

En principio cabe señalar que cuando los diversos satisfactores que se encuentran disponibles en el mercado se venden sin que se les distinga con algún signo individualizador, éstos en consecuencia tienen únicamente el carácter de géneros, es decir son "commodities".

Por otro lado, cuando dichos productos se distinguen en el comercio de otros de su misma especie y genero por una Indicación Geográfica que determina su origen, obtienen un valor añadido o agregado.

En la siguiente gráfica se ilustra la clasificación en la cual las Indicaciones de Procedencia que como género, incluyen a las Indicaciones Geográficas como especie y a las Denominaciones de Origen como sub-especie.



En el plano internacional según la latitud, se emplean conceptos diferentes pero relacionados entre sí como la Indicación de Procedencia, Denominación de Origen e Indicación Geográfica, los tres cumplen con una función distintiva de designación geográfica, pero son diferentes en cuanto al nexo o vínculo entre el producto y el lugar y la manera en que éste se define en leyes nacionales y los tratados internacionales.

Las Indicaciones de Procedencia, las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas cumplen con función de distinguir a los productos en el comercio de conformidad con su procedencia. Por ello, dentro de la tipología general de la propiedad industrial, se les cuenta entre los signos distintivos, junto con las marcas, los nombres comerciales, los avisos comerciales, los rótulos y los emblemas, entre otros.¹

La Indicación de Procedencia es cualquier expresión o signo utilizado para indicar que un producto o servicio es originario de un país, una región o un lugar específico. La Indicación de Procedencia normalmente no connota ninguna calidad o característica específica del producto por razón del origen o procedencia geográficos, ejemplos de Indicaciones de Procedencia son: la mención del nombre de un país en un producto, o indicaciones como "fabricado en...".

Cualquier nombre geográfico de un país, región, departamento, provincia, ciudad u otra demarcación política o localidad puede constituir una Indicación de Procedencia. Tales designaciones suelen considerarse Indicaciones de Procedencia directa.

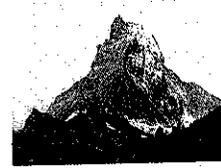
Existen también Indicaciones de Procedencia indirectas las que no están constituidas propiamente por el nombre o adjetivo geográfico de un lugar, sino por algún elemento figurativo (monumento, edificio, fenómeno topográfico), alguna palabra o expresión, o la presentación (colores nacionales) o acondicionamiento (botella o

¹ Octavio Espinoza, Seminario OMPI/INPI/IMPI Sobre Denominaciones de Origen . México, 1999. cita a P. Mathély, Le Droit Français des signes distinctifs, Library du Journal des Notaires et des Avocats, 1984, pp.3,865.



envase) de un producto que indirectamente indique al público consumidor una procedencia geográfica.²

Ejemplo: En el chocolate Toblerone el Monte Cervin/Matterhorn de Zermatt, Suiza es considerado una Indicación Geográfica.



Las Indicaciones de Procedencia no son objeto de ningún título o derecho exclusivo de uso. Tampoco son objeto de inscripción o registro, pueden ser utilizadas libremente por cualquier productor, fabricante o comerciante para indicar verazmente la procedencia industrial o comercial de un producto, sin que ello pueda ser impedido o reivindicado en exclusividad por nadie.³

Una Denominación de Origen es el nombre de naturaleza geográfica, con el cual se distingue a un país, a una región o a un lugar concreto, utilizándose además al mismo para designar a un producto en atención tanto a su origen, como cuando sus cualidades y características se deben exclusiva o esencialmente al medio ambiente geográfico, con inclusión de factores naturales y humanos. Abarcando también a las denominaciones que, sin ser originalmente geográficas, han adquirido una connotación o significado geográfico en relación con determinado producto.

Las Indicaciones de Procedencia y las Denominaciones de Origen sirven para identificar la procedencia u origen de los productos o servicios a los que se aplican. Sin embargo, las Denominaciones de

² Octavio Espinoza, La protección internacional de las Denominaciones de Origen, en simposium las Denominaciones de Origen una tradición presente en el umbral del siglo XXI, cita a C.Fernández-Novoa, Análisis comparativo de las figuras concurrentes con la Denominación de Origen, en Simposium "Denominaciones de Origen Históricas", Jerez de la Frontera, 16 al 18 de Marzo de 1987.

³ M.Plaisant y Fernand-Jacq, Traité des noms et appellations d'origine, librairie Arthur Rousseau, París, 1921, pp.50,54 ; P. Mathéley, Le droit français des signes distinctifs, Librairie du Journal des Notaires et des Avocats, París, 1984, p.872 ; Chavanne y J.-J. Burst, Droit de la propriété industrielle, Editions Dalloz, París, 1993, p. 810.



Origen tienen también otra función; mientras que la Indicación de Procedencia muestra únicamente de dónde proviene el producto, la Denominación de Origen indica, además, las cualidades características que le confiere la zona geográfica de que proviene y a la que se refiere la denominación (por ejemplo, «Margaux» o «Montrachet»).

Así pues, puede considerarse que todas las Denominaciones de Origen son Indicaciones de Procedencia, pero no todas las Indicaciones de Procedencia pueden considerarse como Denominaciones de Origen.

Además, mientras toda expresión o signo que aluda al origen geográfico de un producto puede constituir una Indicación de Procedencia (por ejemplo, un emblema nacional), las Denominaciones de Origen son siempre nombres geográficos, que determinan el nombre del país, región o lugar del que proviene el producto, aunque en algunos casos pueden referirse a una zona geográfica concreta sin indicar directamente su nombre.⁴

Las **Indicaciones Geográficas** son signos utilizados para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades derivadas específicamente de su lugar de origen, los consumidores los identifican por la región, localidad, zona o país en donde se producen y tienen inmersa en su denominación un origen geográfico determinado y una calidad garantizada.

Las Indicaciones Geográficas han cobrado creciente importancia en el ámbito del comercio nacional e internacional, y su reconocimiento se regula y tutela cada día con mayor claridad y fuerza en las legislaciones modernas de propiedad industrial. Las Indicaciones Geográficas en general y las Denominaciones de Origen en particular, se utilizan como un instrumento de promoción de exportaciones de productos originarios de determinados países y regiones, permitiendo aprovechar el prestigio ganado por la calidad

⁴ El Papel de la Propiedad Industrial para la Protección de los Consumidores.OMPI.1983.



y características irrepetibles que a estos productos otorga el contexto geográfico del que provienen.

Aunque su utilización es cada vez más generalizada, hay que tener en cuenta que, la manera en la que cada país protege y reconoce las Indicaciones Geográficas es diversa, algunos países la reconocen a través de Denominaciones de Origen, otros con Marcas Colectivas, Marcas de Garantía, Marcas de Certificación o Marcas Geográficas. Lo importante es que cada país puede determinar la forma de protección y reconocimiento en su legislación nacional reflejando su entorno económico y cultural.

Tradicionalmente, las Indicaciones Geográficas, sobre todo las Denominaciones de Origen, se han aplicado a productos de la industria agroalimentaria, en especial a las bebidas, sin embargo, existen numerosos productos en otras ramas de la industria para los que se utilizan las Indicaciones Geográficas tales como aguas minerales, quesos, jamones, café, té, productos del tabaco, alimentos (papa, naranja, nuez, entre otros) e inclusive productos manufacturados como artículos de artesanía, textiles, cuchillería, productos de acero, artículos de madera, porcelana y cristalería.⁵

Estos productos tienen en común que su calidad y características pueden atribuirse a un origen geográfico particular, por lo que el uso de las Indicaciones Geográficas informa a los consumidores ese origen ligado a las características o cualidades implícitas al producto.

⁵ Ejemplos de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen: "Danablu", "Gorgonzola", "Roquefort", "Manchego" para queso; "Lübecker" para mazapán; "Basmati" para arroz; "Idaho" o "Lapin Puikula" para patatas; "Antigua" o "Moca" para café; "Ceilán" o "Long Jin", Darjeeling para té; "Toscana" u "Olympia" para aceites de oliva; "Burdeos", "Chianti", "Napa Valley", "Coonawarra" para vinos; "Habana" para tabaco; "Shetland" para lana; "Bujara". "Düren" y "Hereke" para alfombras; "Limoges" o "Meissen" para porcelana; "Talavera", o "Arita" para cerámica; "Glashütter" y "Suiza" para relojes; "Solingen" para cuchillos; "Waterford" o "Baccarat" para cristalerías, "Ulmo" para miel, "Jena" para vidrio, Sierra de Segura y Sierra Mágina (aceites de olivo).

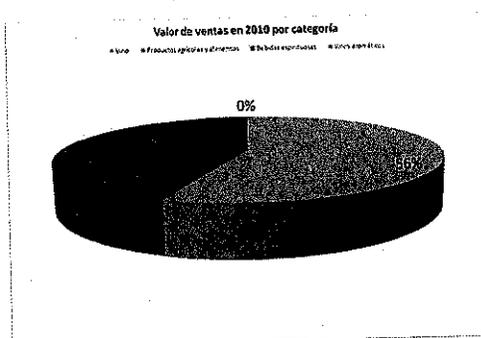
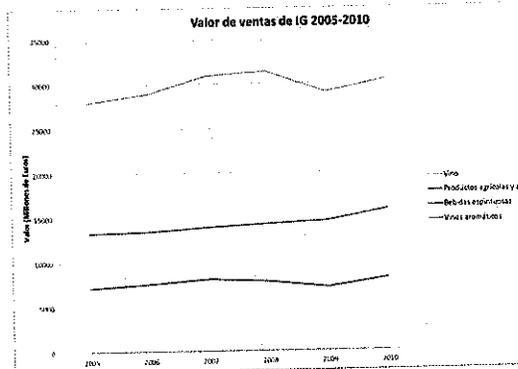


De acuerdo con un estudio para la Comisión Europea⁶, en 2010 las Indicaciones Geográficas de la Unión Europea valían €54.3 mil millones a nivel mundial, y representaban el 15% de sus exportaciones de alimentos y bebidas. La Unión Europea considera las Indicaciones Geográficas como clave para generar valor agregado local y empleos, sustentándose en ellas los principales ejes rectores de su economía.

El valor de las ventas de productos bajo Indicaciones Geográficas creció 12% en promedio durante el periodo 2005-2010, destacando los productos agrícolas y alimentos, que tuvieron un crecimiento individual del 19%. El valor de ventas promedio por Indicación Geográfica fue de €19.6 millones. A continuación se muestran los valores de venta por categoría para la Unión Europea de 2005 a 2010:

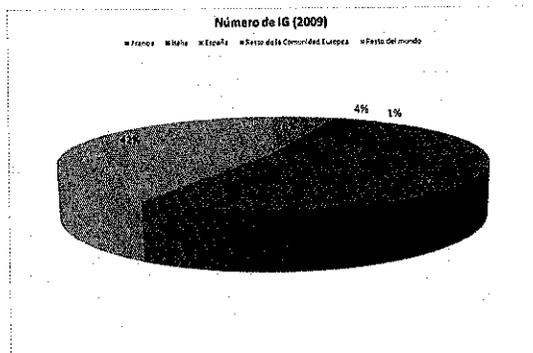
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Porcentaje 2010
Vino	27,963	28,900	30,884	31,363	29,025	30,376	55.9
Productos agrícolas y alimentos	13,284	13,457	13,891	14,238	14,525	15,790	29.1
Bebidas espirituosas	7,168	7,555	8,101	7,793	7,126	8,149	15.0
Vinos aromáticos	31	31	31	31	31	31	0.1
Total	48,446	49,943	52,907	53,425	50,707	54,346	100.0

Fuente: AND-International.



⁶ Estudio realizado por AND-International. http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/2012/value-gi/summary_en.pdf

De acuerdo con D. Benavente⁷ en 2009 las Indicaciones Geográficas de la Unión Europea, representaban más de la mitad de estas



figuras en todo el mundo, con 6, 021 registros –de un total estimado de 10, 300–. Tan solo Francia, Italia y España representan el 10% de las Indicaciones Geográficas en el mundo, y 70% de su valor mundial.

Fuente: Giovanucci et al., en: Benavente (2013).

Con respecto a las Indicaciones Geográficas para productos no agrícolas, protegidas a nivel nacional por los países miembros de la Unión Europea, se puede apreciar que su protección beneficia a PyMEs y sus empleados que se dedican a la producción de bienes con Indicación Geográfica.

A continuación se muestran ejemplos de algunos bienes manufacturados protegidos por Francia, Italia y España con Indicaciones Geográficas:

País	Producto	Productores	Empleados
Francia	Couteaux de Thiers	64	1,419
	Dentelle de Calais	18	1,500
Italia	Marmo di Carrara	200	1,800
	Vetro artistico di Murano	260	1,200
España	Calzado de Elche	820	13,480
	Cuero de Ubrique	288	2,770

Fuente: Insight Consulting, Origin, Agridea (2009)⁸.

Las PyMEs productoras de bienes con Indicación Geográfica estudiadas en la tabla anterior emplean en promedio a 24 personas

⁷ BENAVENTE, D. (2013). *The Economics of Geographical Indications*. Genève: Graduate Institute Publications. Recuperado de: <<http://books.openedition.org/iheid/525>>. ISBN: 9782940503216.

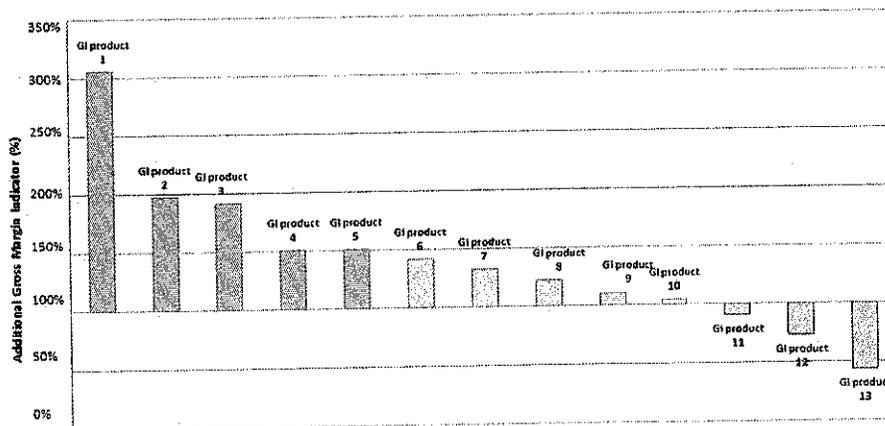
⁸ Estudio realizado para el Directorio General para el Comercio de la Comisión Europea. http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2011/may/tradoc_147926.pdf



cada una. Además, tomando en consideración que el coeficiente de correlación entre el número de productores (PyMEs) y la cantidad de empleados es 0.9431, se puede inferir la existencia y multiplicación de PyMEs productoras de bienes con Indicaciones Geográficas, repercute directamente en el empleo.

Asimismo, cabe destacar la relación entre las Indicaciones Geográficas y el valor agregado de los productos. En un estudio realizado para la Comisión Europea⁹, se encontró que los productos agrícolas con Indicación Geográfica obtienen un sobreprecio con respecto a los productos estándar, aunque con una considerable variabilidad entre los diferentes tipos de bienes.

El estudio, que toma como aspecto central el cálculo de los márgenes brutos¹⁰ para bienes con Indicación Geográfica y bienes estándar, destaca que los precios más altos para bienes con Indicaciones Geográficas se traducen en la mayoría de los casos en un mayor margen bruto adicional¹¹ para los productores, sobre todo aquellos de productos finales, como lo muestra la siguiente gráfica:



Fuente: Areté Research & Consulting in Economics.

⁹ Estudio realizado por Areté Research & Consulting in Economics.

http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/2013/added-value-pdo-pgi/exec-sum_en.pdf

¹⁰ Margen bruto es igual a precio de venta menos costo de producción.

¹¹ El margen bruto adicional se obtiene dividiendo el margen bruto del producto con indicación geográfica sobre el margen bruto del producto estándar.



Siguiendo este análisis, los factores clave para un mayor o menor margen bruto son la diferenciación intrínseca de productos, herramientas y estrategias de marketing efectivas, así como apoyo a la promoción y conocimiento entre los consumidores.

Finalmente, se identificaron otros elementos de valor agregado en los productos con Indicaciones Geográficas, más allá del margen bruto, tales como la protección de derechos de propiedad intelectual, una mejor visibilidad; acceso a nuevos mercados, mayor acceso a apoyos a la promoción e inversión, mejor apoyo en forma de desarrollo rural.

También se identificó que la producción de productos con Indicaciones Geográficas contribuye al énfasis del productor en la calidad, está fortaleciendo la organización y la resiliencia de la cadena de producción, y mejora el ambiente socioeconómico donde los productores se desenvuelven.

b) El concepto de Indicación Geográfica determinado en el Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC), 1994

El concepto de Indicación Geográfica empieza a considerarse en los años setentas del siglo pasado, dentro de un marco de trabajo del Comité de expertos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), adoptándose este concepto para que abarcara a la Indicación de Procedencia y a la Denominación de Origen en el Convenio de París¹². Dicho Acuerdo entró en vigor para México el 1 de enero del 2000, no obstante su existencia desde 1994.

El Acuerdo sobre los ADPIC representa el instrumento multilateral que establece la protección más concreta y de mayor alcance para las Indicaciones Geográficas, derivado de la gran cantidad de países miembros de la Organización Mundial de Comercio, sin embargo habrá que tomar en consideración para su aplicabilidad las opciones

¹² Artículos 1 y 10 del Convenio de París.



de protección que ofrezcan también las leyes de cada país; asimismo, es importante recalcar que este Acuerdo es el primer instrumento internacional que contempla no sólo la protección de figuras de propiedad industrial sino también la observancia de dichos derechos.

La definición de Indicación Geográfica se encuentra en el Artículo 22 y establece a la letra lo siguiente:

Artículo 22:

"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."

El artículo 22 abarca a todos los productos, y define un nivel estándar o base de protección. Establece que las Indicaciones Geográficas deben protegerse para evitar que se induzca al público a error y para impedir la competencia desleal.

Para el caso de vinos y bebidas espirituosas, en el artículo 23 se proporciona un nivel de protección más elevado o mayor a las Indicaciones Geográficas con respecto a los demás productos, a reserva de algunas excepciones, esas indicaciones tienen que protegerse incluso en el caso de que el uso indebido no induzca al público a error.

Así pues en ADPIC los países miembros celebran este Acuerdo, básicamente para reducir las distorsiones del comercio internacional y los obstáculos al mismo, teniendo en cuenta la necesidad de fomentar una protección eficaz y adecuada de los derechos de propiedad intelectual y de asegurarse de que las medidas y



procedimientos destinados a hacer respetar dichos derechos no se conviertan a su vez en obstáculos al comercio legítimo.

Cabe mencionar que en México la Ley de Propiedad Industrial¹³ vigente no contempla una definición o el concepto de Indicación Geográfica como sí se establece en ADPIC, situación que sí se reconoce en los sistemas jurídicos de los países que analizaremos (Unión Europea, Australia, Canadá, Nueva Zelanda, Singapur, Estados Unidos y Japón).

c) El Convenio de París

Nuestro país forma parte del Convenio de París desde 1960, siendo éste uno de los tratados que administra la OMPI, e incluye varias disposiciones que abordan específicamente el tema de las Indicaciones de Procedencia o Denominaciones de Origen:

1. Se refiere a las Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen como objeto de la propiedad industrial.
2. Trata de manera expresa la protección de las Indicaciones de Procedencia y se estipulan algunas sanciones aplicables, entre otras cosas, en casos de uso directo o indirecto de Indicaciones de Procedencia falsas.

La falsa indicación de procedencia no tiene que hacerse necesariamente de manera directa (por ejemplo, no es preciso que aparezca sobre el producto), sino que puede estar meramente implícita en la publicidad o en una imagen que sugiera la procedencia. Asimismo, se aplica no sólo a las indicaciones falsas sobre la procedencia geográfica de los productos sino también a la identidad del productor, fabricante o comerciante.

¹³ Ley de Propiedad Industrial. Sólo contempla como figuras jurídicas a las Marcas Colectivas Artículos 96,97 y 98. Denominación de Origen. Artículos 156-168.



En el artículo 9 se establece el tipo de sanciones que los países de la Unión deben aplicar, por ejemplo, con ciertas reservas, el embargo en el momento de la importación o dentro del país y la prohibición de la importación de los productos en caso de que se realice un uso ilegal de la Indicación de Procedencia.

Estas sanciones pueden aplicarse a instancia del Ministerio Público, de cualquier otra autoridad competente, o de parte interesada, persona física o moral, conforme a la legislación interna de cada país.

d) Arreglo de Lisboa

El Arreglo de Lisboa es otro de los tratados multilaterales administrado por la OMPI del que México forma parte, desde el 25 de septiembre de 1966. El Arreglo de Lisboa define desde 1958 la Denominación de Origen de la siguiente forma:

“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 deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos”.

En otras palabras, debe existir un nexo cualitativo muy estricto entre el producto y la región geográfica respectiva. Si las cualidades características del producto no se deben exclusivamente al medio geográfico, entonces, para efectos del Arreglo de Lisboa, no es una “Denominación de Origen” susceptible de protección.

La definición contenida en el Arreglo de Lisboa, refiere a “un país, región o localidad” sin embargo la legislación mexicana difiere ya que en el Artículo 156 de la Ley de la Propiedad Industrial se define sólo como “una región geográfica del país”. A continuación se reproduce a la letra la definición establecida en el Artículo citado:

“Artículo 156.- Se entiende por Denominación de Origen, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendido en éste los factores naturales y los humanos”.

Así mientras el Arreglo de Lisboa se refiere a “país o localidad” la Ley de Propiedad Industrial en México sólo limita a “región geográfica” lo cual es todavía más restrictivo. La tendencia en el avance de este acuerdo internacional es en el sentido de abrir a zona geográfica que contenga el mismo nombre, o que sea denominación conocida, tal como se advierte en la reforma propuesta para el texto del Arreglo de Lisboa, que se analiza a continuación.

Las modificaciones para el texto del Arreglo de Lisboa que se proponen, respecto a Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, se reflejan en el “Proyecto de Arreglo de Lisboa revisado sobre Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas” preparado por la Secretaría del Grupo de Trabajo sobre el Desarrollo del Sistema de Lisboa (Denominaciones de Origen) el 27 de agosto del 2014, en las oficinas de la OMPI en Ginebra¹⁴:

14 Artículo 2:

1) *[Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas]* La presente Acta se aplica a:

i) toda denominación protegida en la Parte Contratante de origen que consista en el nombre de **una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra denominación conocida** por hacer referencia a dicha zona, que sirva para identificar un producto como originario de dicha zona geográfica, cuando la calidad o las características del producto se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos, y que hayan dado al producto su reputación; así como 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.**

2) *[Posibles zonas geográficas de origen]* Una zona geográfica de origen, en la forma descrita en el párrafo 1) puede consistir en la totalidad del territorio de la Parte Contratante de origen o en una región, localidad o lugar en la Parte Contratante de origen. [Eso no excluye la aplicación de la presente Acta respecto de una zona geográfica de origen, según se describe en el párrafo1), que consista en una zona geográfica transfronteriza, a reserva de lo dispuesto en el párrafo4) del Artículo5.]

(continuación de la nota al pie)



Se propone que las Denominaciones de Origen puedan formarse del nombre de:

- a) Una zona geográfica
- b) Una que contenga dicho nombre
- c) Una denominación conocida

El nuevo proyecto de Arreglo de Lisboa, ya reconoce las Indicaciones Geográficas, y establece la definición de ADPIC respecto de las mismas, al establecer "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".

Lo anterior, denota la intención de que se incrementen los países miembros del Arreglo de Lisboa y que sean los que ya son miembros de ADPIC. Así habría mayor flexibilidad en la delimitación de zonas o lugares que pueden designar a un producto con Denominación de Origen.

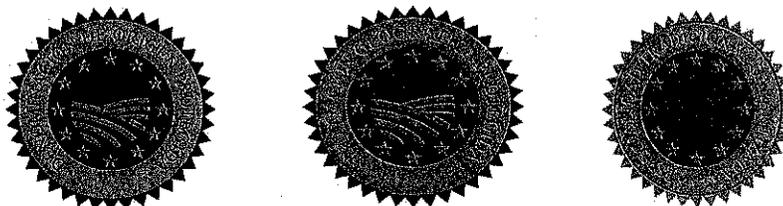
e) Sistema Jurídico de La Unión Europea

La Unión Europea cuenta entre sus miembros, con países que tienen una amplia tradición en la protección de sus productos a través de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas¹⁵, las cuales se encuentran sustentadas por Reglamentos Comunitarios que se actualizan constantemente y que contemplan figuras de protección de las más modernas a nivel mundial.

¹⁵ España, Francia e Italia son los países con mayor tradición en Denominaciones de Origen se desarrollan ejemplos de figuras jurídicas (**Anexo 1**).

El mercado europeo considera que existe una gran riqueza y variedad de productos y por lo tanto, cuando un producto adquiere cierta reputación fuera de sus fronteras se puede encontrar con usurpaciones e imitaciones. Esta competencia desleal desalienta a los productores y también engaña a los consumidores. Por ello, desde 1992, la Unión Europea creó las figuras jurídicas conocidas como Denominación de Origen Protegida (DOP), Indicación Geográfica Protegida (IGP) y Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) para promover y proteger productos agroalimenticios respecto de los cuales exista un vínculo entre sus características y su origen geográfico.

Los signos distintivos que se utilizan en los productos con estas figuras jurídicas se reproducen a continuación:



Existen dos sistemas de protección por Indicaciones Geográficas en la Unión Europea, los que protegen a los vinos y bebidas espirituosas y los que protegen a los productos agrícolas y alimenticios.¹⁶

Las disposiciones legales para la protección de productos agrícolas y alimenticios en el ámbito de las Denominaciones de Origen y de las

¹⁶ El Reglamento (UE) 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de Noviembre del 2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios protección de las Indicaciones Geográficas establece las definiciones de Denominación de Origen Protegida (DOP) y de Indicación Geográfica Protegida (IGP) y Especialidad Tradicional Garantizada (ETG). Estas son las figuras de protección que se aplican a los productos agrícolas y alimenticios diferentes del vino y de las bebidas espirituosas.

Este Reglamento del 2012 deroga el Reglamento (CE) n° 509/ 2006 y del Reglamento (CE) n° 510/2006 del Consejo, sobre la protección de las Indicaciones Geográficas y las Denominaciones de Origen de los productos agrícolas y alimenticios.

Indicaciones Geográficas se restringen a aquellos productos agrícolas o alimenticios cuyas características se vinculen intrínsecamente con su origen geográfico.

Estas disposiciones están contenidas en los Reglamentos siguientes:

- REGLAMENTO UE 1151/2012 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO del 21 de Noviembre del 2012.
- REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) No 668/2014 DE LA COMISIÓN de 13 de junio de 2014 que establece las normas de desarrollo del Reglamento (UE) N° 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios¹⁷

El Reglamento UE 1151/2012, del 21 de Noviembre del 2012, surge entre las prioridades de la Estrategia Europa 2020 que establece la Comunicación de la Comisión titulada "Europa 2020 — Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador", en la cual se destaca la consecución de una economía competitiva basada en el conocimiento y la innovación y el fomento de una economía de alto empleo que ofrezca cohesión social y territorial.

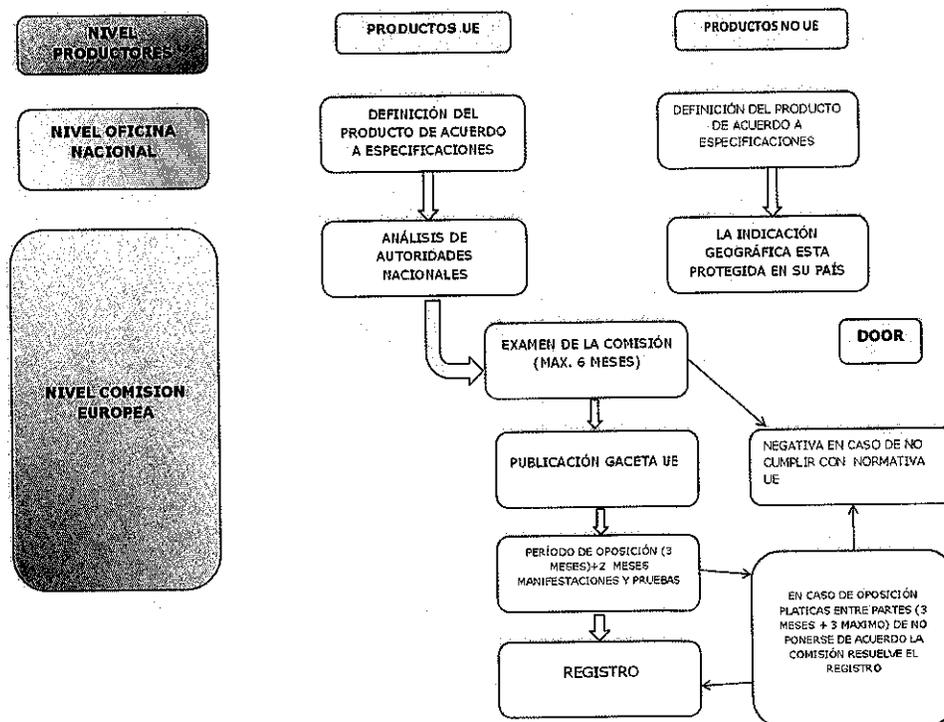
En este sentido, los objetivos específicos que se persiguen con la protección de las Denominaciones de Origen y de las Indicaciones Geográficas son asegurar a los agricultores y productores ingresos equitativos por las cualidades y las características de un producto determinado o de su método de producción, y ofrecer información clara sobre los productos con características específicas vinculadas a un origen geográfico, para que los consumidores hagan sus elecciones de compra con mayor conocimiento de causa.

¹⁷ Los formatos de inscripción de productos con Indicaciones Geográficas, Denominaciones de Origen y especialidad tradicional garantizada en la UE se encuentran en los anexos del REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) No 668/2014 DE LA COMISIÓN de 13 de junio de 2014.



Para que una autoridad de un país conceda la protección de productos a través de Denominaciones de Origen o de Indicaciones Geográficas, los productores u organizaciones, presentan solicitudes ante las autoridades respectivas de sus países¹⁸, y son estas autoridades las que someten a aprobación las solicitudes ante la Comisión, otorgando si es el caso la inscripción respectiva, una vez revisada la información presentada y verificar que se cumpla con los Reglamentos citados. Esa protección también se extiende a las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas de terceros países siempre que cumplan los criterios correspondientes y que además se encuentren protegidas en su país de origen.

A continuación se presenta el diagrama de proceso de registro de una DOP, IGP y ETG ante el país de origen y ante la comisión para una mejor comprensión.



¹⁸ Lista de Autoridades de cada país, ejemplo: en España están entre otras el Ministerio de Agricultura, pesca y Alimentación, Gobierno de la Rioja, Comunidad de Madrid, Gobierno de Navarra etc... se encuentra en Ec.europa.eu/agricultura/quality7schemes/national-authorities

Es importante mencionar que también el procedimiento de registro en la Unión Europea permite que cualquier persona física o jurídica de un Estado miembro distinto de aquel en el que se haya presentado la solicitud, o de un tercer país, que tenga un legítimo interés, ejerza sus derechos de oposición a dicho registro, mediante la notificación correspondiente.

La Comisión cuenta con una base de datos que contiene todas las solicitudes y registros de Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas y Especialidad Tradicional Garantizada de los países miembros, con un desglose por país, por categoría de productos y por fecha de aprobación del registro.¹⁹

El Reglamento de la (UE) N° 1151/2012, define a las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) a las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) y la Especialidad Tradicional Garantizada (ETG), de acuerdo a lo siguiente:

Denominación de Origen Protegida es:

“Un nombre que identifica un producto originario de un lugar determinado, una región o, excepcionalmente un país; cuya calidad o características se deben fundamental o exclusivamente a un medio geográfico particular, con los factores naturales y humanos inherentes a él, y cuyas fases de producción tengan lugar en su totalidad en la zona geográfica definida”.

¹⁹ Esta base de datos se denomina “The Door” y se accesa en ec.europa.eu/agricultura/quality/door/list. Se establece toda la información de los productos protegidos tales como: quesos, carne fresca y despojos, pescados, moluscos, crustáceos frescos, productos a base de ellos, productos de origen animal (huevos, miel, productos lácteos diversos, excepto mantequilla, aceites y grasas, aceites de oliva, aceitunas, frutas, verduras y cereales, pan, pastelería, bizcochos, golosinas, pasteles y otros productos de panadería, cerveza, otras bebidas, productos no alimenticios y otros (heno y aceite esencial, balsámico protegidos en Francia e Italia), especias.



No obstante algunos nombres se asimilarán a las Denominaciones de Origen aun cuando las materias primas que se utilicen para el producto procedan de una zona geográfica más amplia que la zona geográfica definida o de una zona distinta de esta, siempre que:

- La zona de producción de las materias primas esté delimitada;
- Existan condiciones específicas para la producción de las materias primas; únicamente se considerarán materias primas los animales vivos, la carne y la leche.
- Se apliquen medidas de control para garantizar el cumplimiento de las condiciones mencionadas en el párrafo anterior, y
- Las Denominaciones de Origen en cuestión estén reconocidas como Denominaciones de Origen en el país de origen desde antes del 1 de mayo de 2004.

A continuación se presentan algunos ejemplos de Denominaciones de Origen protegidas en la Unión Europea por país:

- **Bélgica:** Queso (Fromage de Herve), Mantequilla (Beurre d' Ardenne)
- **Alemania:** La mayoría de ellas para productos de charcutería y cerveza: Queso (Allgäuer Bergkäse, Allgäuer Emmentaler, Altenburger ZiegenKäse) Agua (Höllen Sprudel)
- **Grecia:** Tiene para productos variados, Queso (Feta, Kasseri, Sfela) Aceituna (Kalamata) Manzana (Mila Delicious, Pilafa Tripolos) Miel (Meli Elatis, Menalou vanilia) Azafrán (Krokos Kozanis)
- **España:** Tiene variedad de productos protegidos en todas las categorías, Queso (Cabrales, de Murcia, Manchego, Tetilla, Zamorano,) Jamón (de Huelva, de Teruel) Arroz De Valencia Manzana Reineta del Bierzo Pera Jumilla Pimientos del Piquillo

de Lodosa Uva de Mesa Embolsada Vinalopó Aceite de Oliva de la Rioja, Sidra de Asturias Azafrán de la Mancha.

- **Francia:** Tiene productos protegidos en todas las categorías y más de 40 para quesos, Queso (Blue d' Avergne, Brie de Meaux, Camembert de Normandie, Comté, Morbier, Rebochon ou Reblochon de Savoie) Aceitunas (Olives Casseés de la Vallee des Baus de Provence) Judía (Coco de Paimpol) Nuez (Noix de Grenoble) Pimiento (Piment d' Espelette) Carne (Taureau de Camargue) Nata (Creme d' l Signy) Sidra Cornovaille Mantequilla (Beurre Charentes Poilou) Aceite de oliva (Huile d' Olive d' Aix-en Provence) Aceite esencial (Huile Essentielle de lavando de Haute-Provence) Heno (Foin de Crau).
- **Irlanda:** Queso (Imokilli Regato).
- **Italia:** Tiene productos protegidos en todas las categorías y más de 30 para quesos, Queso (Fontina, Gorgonzola, Murazzano, Parmigiano Reggiano, Pecorino Siciliano, Provolone Valdapana, Taleggio Aceituna (La Bella Della Valtellina) Carne (Coppa Piacentina, Pancetta di Calabria Jamón (Prosciutto di Parma, Prosciutto Toscazo, Salame Crianza, Salsiccia di Calabria) Basil (Basilico Genovese) Harina (Farina de Necio Della Garfagnana) Manzana (Mela Valdion), Miel (Miele Della Lunigiana) Aceite de Oliva (Bruzio, Chianti Classico, Garda, Sabina, Toscano, Terre di Siena.
- **Luxemburgo:** Miel (Miel Luxembourgeois de la Marqué) Mantequilla (Beurre Rose de la Marqué).
- **Países Bajos:** Queso (Noord-Hollandse Edammer, Noord-Hollandse Gouda), Patatas (Opperdoezer Ronde).
- **Portugal:** Es el país que más variedad de frutas tiene protegidas y más de 12 de quesos, (Queijo Cabra Transmontano, Queijo de Évora, Queijo de Pico) Aceitunas



(Azeitona d Conserva Negrinha de Freixo) Almendras
(Amendoa Douro) Piña (Ananas dos Aores/Sao Miguel)
Chirimoya (Anona de Madeira) Castaña (Castaña da Terra
Fria) Limón (Citrinos do Algorue) Cereza (Cereja da Cova da
Beira) Manzana (Maca da Beira Alta) Maracujá (Maracuya dos
Acores/S.Miguel) Pera (Pera Rocha Do Oeste) } Carne
(Carnalentejana, Carne da Charneca) Miel (miel da Serra de
Monchique) Aceite de Oliva (Azeite do Ribatejo).

- **Finlandia:** Patatas (Lapin Puikula).
- **Austria:** Quesos (Tiroler Graukase), Albaricoque (Wachaver Marille) Semillas de adormidera (Walderviertler Graumohn).

La definición de Indicación Geográfica protegida es:

“Un nombre que identifica un producto originario de un lugar determinado, una región o un país, que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda esencialmente atribuirse a su origen geográfico, y de cuyas fases de producción, una al menos tenga lugar en la zona geográfica definida”.

Ejemplos de productos con Indicaciones Geográficas Protegidas:

- **Bélgica:** Jamón (Jambon d' Ardenne) Paté (Paté Gaumais)
- **República Checa:** Cerveza (Budejovické Pivu),
- **Dinamarca:** Queso (Danablu) Zanahoria (Lammefjordsqulerod)



- **Alemania:** Salchicha (Thünnger) Pepinillos (Leberwurst Spreewälder Gurken) Pan de especias (Aachener Pmten), Pescado (Schwarz waldforelle), Cerveza (Bremer Bier), Aceite de lino (Lausitzer Leinöl).

- **España:** Charcutería (salchichón de Vic) Alcachofa (alcachofa de Tudela) Cerezas de la Montaña de Alicante Espárrago de Navarra, Faba Asturiana Lenteja de la Arruña Carne: (Cecina de León, Pimiento Riojano, Carne de Cantabria, Ternera Asturiana, Carne de Morucha de Salamanca, Cordero Manchego, Ternera Gallega) Mantecadas de Astorga, Turrón de Alicante.

- **Grecia:** Kiwi (Aktinidio Pierias) Judía (Fasolia gigantes, Elefantes prespon florinas) Bizcocho (Kritiko Paximadi) Huevos de pescado (Avgotaracho Messolonghiou) Aceite de oliva (Lakonia)

- **Francia:** Queso (Emmental de Savoie) Jamón (Jambon de Bayonne) Espárragos (Asperge des sables des landes) Melón (Melón de Quercy) Pasta Fresca (Pates d' Alsace) Carne (Boeuf de Chalosse, Por de Normandie, Veau de Limousin) Ave (Volaille de la Champagne, Volailles de bourgogne, Volailles de Normandie) Pastelería (Brioche Vendéeme) Anchoas (Anchois de Collioure) Miel d' Alsace, Miel de Provence Sidra de Normandie.

- **Irlanda:** Carne (Timoleague Brown Pudding) Pescado (Clare Island Salmon).

- **Italia:** Naranja (Arancia Rossa di Sicilia) Espárrago (Asparago verde di Altedo) Alcaparras (Cappero di Pantelleria) Alcachofas (Carciefo di Paestum) Castaña (Castagna di Montilla) Cereza (Ciliega di Marostica) Judía (Fagiolo di Lamón Della Vallata Bellunese) Kiwi (Kivi Latina) Limón



(Limone di Sorrento) Nuez (Nocciola del Piemonte) Pera (Pera dell'Emilia Romagna) Tomate (Pomodoro di Pachino) Lechuga (Radiccio Variegato di Castel Franco) Arroz (Riso Nano Vialone Veronese) Chalote (Scalognò di Romagna) Uva (Uva da Tovalò di Caricatti) Carne Ovina (Agnello di Sardegna) Pan (Coppia Ferrarese), Pizza Napolitana.

- **Luxemburgo:** Charcutería (Salaisons Fumeés Marqué Nationale Grand-Duche de Luxembourg) Puerco (Viande de Porc Marqué Nationale Grand-Duche de Luxembourg)
- **Países Bajos:** Uva (westlandse Druif)
- **Portugal:** Charcutería (Chourico de Carne de Estremoz e Barba, Chourico de Portalegre Carne (Lombo Branco de Portalegre, Linguica de Portalegre) Melocotón (Pessego da Cova da Beira), Carne (Borrego de Beira, Cabrito de Beira).
- **Austria:** Espárragos (Marchfeldspargel) Aceite de semillas de calabacín (Steirisches Kurbiskenöl)
- **Eslovenia:** Krásk Panceta (jamón)

A partir de la publicación del Reglamento (CE) 510/2006 en Marzo del 2006, se crea un registro comunitario de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas que además de aplicarse a la UE, éste se encuentra abierto a Indicaciones Geográficas de terceros países que estén protegidas en su país de origen (registro multilateral). Esto quiere decir que los productos agrícolas y alimentarios protegidos con Indicaciones Geográficas en México pueden ser inscritos en la UE para beneficiarse de la protección legal que dicho Reglamento establece.

La figura de protección también reconocida en el sistema jurídico de la Unión Europea es Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) no hace referencia al origen, sino que tiene por objeto proteger los métodos de producción y las recetas tradicionales.



En el Reglamento (CE) 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*, se establece que se podrán registrar como ETG los nombres que describan un producto o alimento específico que:

- Sea el resultado de un método de producción, transformación o composición que correspondan a la práctica tradicional aplicable a ese producto o alimento, o
- Esté producido con materias primas o ingredientes que sean utilizados tradicionalmente.

Para que se admita el registro como ETG de un nombre, este deberá:

- Haberse utilizado tradicionalmente para referirse al producto específico, o
- Identificar el carácter tradicional o específico del producto.

Ejemplos: Jamón serrano, leche de granja, panellets pastelitos de mazapán y torta de aceite.

En México existen cantidad de productos alimenticios que cumplirían con las características establecidas para la Especialidad Tradicional Garantizada (ETG).²⁰

Las disposiciones legales para la aplicación **de industria vitivinícola** en el ámbito de las Denominaciones de Origen y de las Indicaciones Geográficas y términos tradicionales se encuentra prevista en el Reglamento CE N° 491/2009 del Consejo del 25 de

²⁰ Pozole, Cochinita Pibil, Pan de Muerto, Tacos, Chalupas, Tlacoyos, Tlayudas, Tamales, Menudo, Mole, Chilorio, Quesadillas, artesanías y manualidades etc. Rodríguez Cisneros Esperanza, "Las Marcas e Indicaciones Geográficas una Magia de identidad", C.D. Editorial Porrúa.2010



Mayo del 2009²¹, en el que se establece en su artículo 118 bis, entre otros:

Denominación de Origen: el nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto referido en el artículo 118 bis, apartado 1, que cumple los requisitos siguientes:

- i. su calidad y sus características se deben básica o exclusivamente a un entorno geográfico particular, con los factores naturales y humanos inherentes a él,
- ii. las uvas utilizadas en su elaboración proceden exclusivamente de esa zona geográfica,
- iii. la elaboración tiene lugar en esa zona geográfica, y
- iv. se obtiene de variedades de vid de la especie *Vitis vinifera*;

Indicación Geográfica : una indicación que se refiere a una región, a un lugar determinado o, en casos excepcionales, a un país, que sirve para designar un producto referido en el artículo 118 bis, apartado 1, que cumple los requisitos siguientes:

- i) posee una calidad, una reputación u otras características específicas atribuibles a su origen geográfico,
- ii) al menos el 85 % de la uva utilizada en su elaboración procede exclusivamente de esa zona geográfica,
- iii) la elaboración tiene lugar en esa zona geográfica, y
- iv) se obtiene de variedades de vid de la especie *Vitis vinifera* o de un cruce entre esta especie y otras especies del género *Vitis*.

Artículo 118 quater

²¹ www.eur-lex.europa.eu

Contenido de las solicitudes de protección

1. Las solicitudes en las que se pida la protección de ciertos nombres mediante su inclusión en la categoría de Denominaciones de Origen o Indicaciones Geográficas deberán ir acompañadas de un expediente técnico que facilite los datos siguientes: a) nombre que se desee proteger; b) nombre, apellidos y dirección del solicitante; c) pliego de condiciones del producto mencionado en el apartado 2, y d) un documento único en el que se resuma el pliego de condiciones del producto mencionado en el apartado 2. 2.

El pliego de condiciones deberá permitir a las partes interesadas comprobar las condiciones pertinentes de producción de la Denominación de Origen o la Indicación Geográfica. El pliego de condiciones constará, como mínimo, de lo siguiente:

- a) nombre que se desee proteger;
- b) descripción del vino o vinos:
 - -Para los vinos con Denominación de Origen, sus principales características analíticas y organolépticas.
 - -Para los vinos con Indicación Geográfica, sus principales características analíticas así como una evaluación o indicación de sus características organolépticas;
- c) en su caso, prácticas enológicas específicas utilizadas para elaborar el vino o vinos y restricciones pertinentes impuestas a su elaboración;
- d) demarcación de la zona geográfica de que se trate;
- e) rendimiento máximo por hectárea;



f) variedad o variedades de uva de las que proceden el vino o vinos;

En dichas disposiciones se encuentran los requisitos para que un tercer país solicite la protección en la Unión Europea.

Existe una lista de IGP y DOP para los vinos de la Unión Europea denominada "E-BACCHUS"²². Esta lista a su vez contiene la relación de las IGP y DOP protegidas mediante Acuerdos Bilaterales de la Unión Europea y otros países, así como los términos tradicionales para vinos (ejemplos: Classic, Cream, Amontillado, Fino).

Cabe aclarar que en materia de la industria vinícola, los miembros del Acuerdo sobre los ADPIC (incluida la UE) dan una protección elevada frente a otros productos, garantizan las medidas legales que evitan el uso de Indicaciones Geográficas para vinos y bebidas alcohólicas que no fuesen originarios de los lugares a los que respectivamente pertenecen las Indicaciones Geográficas. Esta obligación existe, como norma, incluso en los casos en que se indica el verdadero origen de los productos, se utiliza la traducción de la Indicación Geográfica o se acompaña de expresiones como "una clase de", "un tipo de", "calidad de", etc. Sin embargo, el Acuerdo sobre los ADPIC establece numerosas excepciones a esta norma.

Las figuras jurídicas DOP, IGP y ETG son promovidas por campañas cofinanciadas por la Comisión Europea, las promueven en la Televisión, Radio, Internet, ferias, en donde se refleje la calidad, valor nutricional, beneficios de la salud, los métodos de producción y los factores humanos y naturales que intervienen, resaltan sus cualidades y características.

²² ec.europa.eu/agricultura/quality/index



El sistema de la Unión Europea es un sistema jurídico formado por países que tienen productos y sistemas milenarios y cuenta con una política pública en Indicaciones Geográficas organizada, armonizada y moderna, estructurada con tres figuras jurídicas AD-Hoc para sus productos (DOP, IGP, ETG).

Asimismo, con signos distintivos para la DOP; IGP y ETG en su etiquetado sencillos pero originales, el sistema en general protege la calidad, la tradición, métodos de elaboración artesanal, se adapta a las necesidades de sus países miembros y también a las del mundo entero.

El sistema de la Unión Europea como tal no protege a las Marcas de Certificación o colectivas estas se encuentran reconocidas y protegidas en cada país miembro.

f) Australia

Este país reconoce las Indicaciones Geográficas IG's para los vinos en la Ley Australiana de Vinos es la (*Wine Australia Corporation Act 1980 - WAC Act*) y las Marcas de Certificación en el Reglamento de Marcas de 1995, actualizado al 12 de marzo del 2014, en el cual se establece las definiciones de Marcas de Certificación, así como los procedimientos de registro y reglas de uso²³.

La Asociación de Vinos (Wines Association Corporation - WC) es la que tiene la facultad de determinar las condiciones de uso de Indicaciones Geográficas registradas y otros términos los cuales pueden referirse a términos de calidad para los vinos, expresiones tradicionales, las condiciones de uso están resguardadas en el Registro de Indicaciones Geográficas y otros Términos²⁴.

Existe el Comité de Indicaciones Geográficas (Geographical Indication Committee) (GIC) previsto en la WAC que es el que

²³ www.wipo.int/wipolex.

²⁴ www.wineaustralia.com

determina los nombres y límites de las IG's de Australia. El criterio para hacer estas determinaciones está incluido en el Reglamento de la WAC. Como parte de estas determinaciones de IG's, la solicitud es difundida para permitir que otras personas puedan objetar en base a derechos anteriores. Si los motivos son válidos, el GIC no puede determinar la IG's sin el consentimiento del dueño de la marca. Seguido de la publicación de la determinación final de la GIC, los nombres son incluidos en el Registro de Protección de Indicaciones Geográficas y Otros Términos y protegida desde esa misma fecha, en Australia e internacionalmente.

En el caso de la Marca de Certificación en Australia, ésta demuestra que el comerciante de productos o servicios están certificados cumpliendo con normas particulares: calidad, contenido, método de manufactura y origen geográfico. Una Marca de Certificación debe ser usada por comerciantes diferentes, no solo por uno. El dueño de la Marca de Certificación puede usar dicha marca sin embargo permitirá que otros la usen, como usuarios aprobados.

Es importante mencionar que una solicitud de Marca de Certificación será sometida a examen de un modo similar a aquel de una marca tradicional sin embargo la solicitud y el reglamento tienen que ser también aprobados por la Comisión Australiana de Competencia y Consumo (*ACCC - Australian Competition and Consumer Commission*).

Se establecen penas de hasta de dos años de cárcel y grandes multas por engaño o falsa descripción o representación de vinos o productos alcohólicos de uvas. Esto puede incluir el mal uso de una Indicación Geográfica registrada u otro término protegido en el Registro de Protección de Indicaciones Geográficas y otros términos.

El ejemplo de una Marca de Certificación famosa de este país es: Woolmark - tela 100% de lana, es un símbolo de garantía de calidad pues implica que el producto que se compra está hecho con 100% pura lana virgen, conforme a estrictas especificaciones. Está

registrada y protegida en más de 140 países y se han concedido licencias de uso.

g) Canadá

La Ley que regula en Canadá las Indicaciones Geográficas es la Ley de Marcas (Trade-marks Act)²⁵ contempla dos figuras jurídicas de protección: Indicación Geográfica y Marca de Certificación.

Actualmente, el régimen canadiense sólo protege bebidas espirituosas y vinos como Indicaciones Geográficas²⁶. La protección "tipo-Indicación Geográfica IGS" para otros productos se debe obtener a través de Marcas de Certificación. Existe una lista de IGS que será publicada en la Gaceta.

En la Ley de Marcas se establecen prohibiciones de uso como marca, para un negocio o conexión con el mismo, tales como:

- a. una Indicación Geográfica que identifique un vino con respecto a un vino que no sea originario del territorio indicado por la Indicación Geográfica protegida; o
- b. la traducción en cualquier idioma de una Indicación Geográfica de dicho vino.

Asimismo, una Marca de Certificación puede ser registrada solo por una persona que no esté en la manufactura, venta, arrendamiento o contratación de bienes o preste servicios en aquellos asociados en los que una Marca de Certificación es usada.

²⁵ <http://laws.justice.gc.ca/eng/acts/T-13/1985>.

²⁶ Se puede solicitar una indicación geográfica respecto de vinos o bebidas espirituosas, siempre y cuando sean originarios de un territorio de un miembro de la OMC o de una localidad o territorio cuando la calidad, reputación u otras características de los vinos y bebidas espirituosas sean esencialmente atribuibles a su origen geográfico. Se requiere proporcionar la fecha oficial de protección de la IG en el territorio del miembro de la OMC.

Un ejemplo de Marca de Certificación en Canadá es: Canola, para aceite de Canola.

Asimismo, Canadá reconoce Marcas de Certificación e Indicaciones Geográficas de terceros países, de conformidad con su legislación.

Ejemplos de productos protegidos de terceros países en Canadá:

- Indicaciones Geográficas²⁷: Cognac, Pisco Chileno, Asti.
- Otros productos. Diferentes a vinos y espirituosas- con Marcas de Certificación: IDAHO: Papas del Estado de Idaho, Estados Unidos.

Por otra parte, derivado de las negociaciones que concluyeron recientemente entre Canadá y la Unión Europea de un acuerdo económico y comercial (*CETA: Comprehensive Economic and trade Agreement*), el cual se firmará a finales de Septiembre del 2014 dentro del Capítulo de Propiedad Intelectual, Canadá acordó extender la protección para algunos alimentos y cervezas europeos²⁸.

En cuanto a Indicaciones Geográficas, se establecieron entre otros, los siguientes Acuerdos en materia de IGS y DOP:

- Canadá reconoce vinos y espirituosas europeas, como Cognac y Bordeaux.
- Acordó la solicitud de la Unión Europea respecto a 179 términos en alimentos y cervezas.

²⁷ http://www.ic.gc.ca/cipo/listgiws.nsf/gimenu-eng?readForm&wt_src=cipo-tm-main

²⁸ <http://www.international.gc.ca/trade-agreements-accords-commerciaux/agr-acc/ceta-aecg/index.aspx?lang=eng>



- Preservación de espacio para titulares canadienses y usuarios de nombres comunes en inglés y francés para productos alimenticios.
- Protege Indicaciones Geográficas sin perjudicar las marcas canadienses existentes.
- La observancia de Indicaciones Geográficas en el mercado canadiense es un asunto privado que se discute ante las cortes.
- Algunas IGs europeas protegidas pero con la cautela de que no impacten a los productores en el uso de términos específicos en inglés o francés que son comúnmente usados en Canadá.
- Los siguientes términos continúan siendo de libre uso en el mercado canadiense, en ambos idiomas oficiales, sin importar el origen del producto: naranja Valencia, jamón Selva Negra, tocino Tiroler, Parmesano, cerveza de Bavaria, cerveza Munich. Por ejemplo, los productores canadienses podrán usar inglés y francés pero no alemán para el jamón Selva Negra (*Shwarzwaelder Schinken*).
- Derechos limitados de IGs proporcionados a la Unión Europea: Aciago, feta, fontina, Gorgonzola y Munster no afectara el uso de estos nombres en Canadá por los usuarios actuales, futuros usuarios podrán usar los nombres solo cuando estos vengán acompañados de expresiones tales como "clase", "tipo", "estilo", "imitación" o similar.
- Canadá preserva el uso de nombres de costumbres de variedades de plantas y razas animales.
- Los productores podrán, por ejemplo, vender la variedad de aceituna kalamata y usar el nombre de la variedad sin sus empaques.



- Canadá mantiene el uso de componentes de términos compuestos, por ejemplo:
 - “Brie de Meaux” será protegido pero el término “brie” puede ser usado por si solo
 - “Gouda Holland” será protegido pero el término “gouda” puede ser usado por si solo
 - “Edam Holland” será protegido pero el término “Edam” puede ser usado por si solo
 - “Mortadella Bologna” será protegido pero el término “Mortadella” o “bologna” pueden ser usados separadamente.
- Canadá no acordó la protección del término francés de “noix de Grenoble” (nuez), por lo que dicho término es de libre uso en Canadá.
- Cerveza Budweiser: Canadá no protegerá la IG “Budejovicke”, que previene cualquier conflicto potencial con la marca Budweiser.

h) Japón

Este país reconoce a las figuras de: Indicaciones Geográficas y marca colectiva, el sistema de Indicaciones Geográficas está a cargo de la Agencia Nacional de Impuestos (*National Tax Agency*) de conformidad con la Ley de Asociaciones de Empresas de Licor (Act on Securing of Liquor Tax and on Liquor Business Associations - *Liquor Business Associations Act*²⁹).

Adicionalmente, la Oficina Japonesa de Patentes (JPO) cuenta con un sistema de marcas colectivas de acuerdo con la Ley de Marcas (Trademark Act³⁰). Para que las marcas colectivas sean sujetas de protección deben ser distintivas o tener un significado secundario

²⁹Liquor Business Associations Act. Versión disponible sólo en japonés.

³⁰ <http://www.japaneselawtranslation.go.jp/?re=02>

(*secondary meaning*), lo cual surge cuando la fuerza distintiva de la marca es decisiva para que ésta pueda gozar de mayor o menor protección, y juega un papel de trascendencia para determinar si existe, o no, riesgo de confusión o asociación con otras marcas.

Hay marcas que desde su origen son apropiadas para distinguir, y otras que ya desde ese momento carecen de esa capacidad. Las primeras son inherentemente distintivas, en tanto que son signos sugestivos, arbitrarios y de fantasía, mientras que las segundas carecen de distintividad.

No obstante, el carácter distintivo de la marca no es un requisito de contornos fijos e inmutables, ya que puede sufrir cambios decisivos a lo largo de la vida de la marca en virtud de diversas circunstancias, como es el uso que de ella se haga. Este cambio de la capacidad distintiva de la marca puede ser de signo positivo o negativo.

Será de signo negativo cuando una marca originariamente dotada de capacidad distintiva la pierde porque con el uso y el transcurso del tiempo pasa a convertirse en un signo común para designar un género de productos o servicios. Es la llamada dilución o vulgarización de la marca.

Y lo será de signo positivo, cuando un signo originariamente carente de capacidad distintiva o con una débil fuerza en este sentido, fortalece su distintividad, y a los ojos del público sirve para distinguir los productos o servicios de una determinada empresa en el mercado. Es el fenómeno opuesto a la vulgarización, llamado en el derecho comparado "Secondary Meaning" o distintividad sobrevenida, en tanto que se trata de un significado posterior al que originariamente tenía la marca.

Las disposiciones legales más importantes en materia de Marcas Colectivas que se encuentran en la Ley de Marcas (Trademark Act) establecen principalmente:



“Que cualquier asociación establecida de acuerdo a la Ley, incluyendo cooperativas (excepto aquellas que no tengan personalidad jurídica), o el equivalente a una persona jurídica extranjera podrá obtener un registro de marca colectiva con respecto a la marca que será usada por sus miembros”.

Asimismo, se regulan las Marcas Colectivas Regionales:

“Que cualquier asociación establecida en la Ley especial, incluyendo cooperativas (aquellas que no tengan personalidad jurídica están excluidas, y limitadas a aquellas que estén establecidas por la Ley especial proporcionando, sin causa justa, que la asociación no deberá rechazar la incorporación de cualquier persona que sea elegible en ser miembro o que la asociación no imponga ninguna de sus miembros prospectos ninguna condición que sea más pesada que aquellas impuestas en los miembros existentes) o el equivalente a una persona jurídica extranjera (de aquí en adelante referida como una “Asociación, etc.”) podrá obtener el registro de una marca colectiva regional con respecto a cualquiera de lo siguiente, proporcionado para el uso de la marca por los miembros, como resultado del uso de dicha marca, dicha marca es notoria entre los consumidores indicando los productos o servicios perteneciente al negocio del solicitante y sus miembros”.

Ejemplos de Indicaciones Geográficas en Japón: “YAMANASHI” - vino “IKI”, “KUMA”, “RYUKYU”, “SATSUMA” - espirituosas “HAKUSAN” - sake

No hay registro de Indicaciones Geográficas y tampoco un sistema, pero a través de tratados Japón protege las IGS Y DOP, como en el



caso del Acuerdo de Asociación Económica México- Japón firmado en septiembre de 2004 y que entró en vigor en abril de 2005, en el cual México está obligado a proteger las Indicaciones Geográficas de las bebidas espirituosas tales como "IKI", "KUMA", "RYUKYU", y Japón protege el tequila y el mezcal.

i) Estados Unidos³¹

El sistema de Indicaciones Geográficas de Estados Unidos a través de las estructuras administrativas de Marcas Comerciales y Marcas de Certificación, se administra a través de la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (United States Patent and Trademark Office), que es la autoridad competente y encargada de procesar solicitudes para ambas: marcas e IGS, de conformidad con la U.S. Trademark Law: Rules of Practice in Trademark Cases, 37 C.F.R.2 et seq. & Federal Statutes - Trademark Act, 15 U.S.C. 1051 et seq. & Patent Act, 35 U.S.C. Part 1 (Consolidated of the U.S. Trademark Law as of November 2013).

Estados Unidos protege tanto IGS nacionales como extranjeras desde 1946 mucho antes que la implementación de los ADPIC. Sin embargo, Estados Unidos no protege términos o signos geográficos para productos/servicios. Un término o signo es considerado genérico cuando ha sido ampliamente utilizado por los consumidores para designar una categoría de todos los productos/servicios del mismo tipo, en vez de designar un origen geográfico. Una vez que una designación geográfica es genérica, en Estados Unidos, cualquier producto es libre de utilizar dicha designación para sus productos/servicios.

En este sentido, un titular de derechos anterior tiene prioridad y exclusividad sobre cualquier usuario posterior en el uso del mismo signo o uno similar, relacionado, o en ciertas ocasiones sin relación

³¹ Office of Policy and External Affairs - United States Patent and Trademark Office at (571) 272-9300



en productos/servicios en los que los consumidores puedan tener confusión por ambos usos.

Estados Unidos prefiere establecer un régimen marcario de protección con: marcas, marcas comerciales o de certificación ya que dicho régimen ya es familiar para las empresas tanto nacionales como extranjeras. Por lo que considera que no es necesario el comprometer recursos por los gobiernos o contribuyentes para crear un nuevo sistema de registro o protección de IGS o DOP.

Considera que el uso del régimen existente de marcas de un país para proteger IGS involucra el uso solamente de recursos que ya están involucrados en el sistema de marcas para la solicitud, registro, oposición, cancelación y observancia. Asimismo, el sistema se acomoda fácilmente para las Indicaciones Geográficas que no son meramente nombre de lugares sino signos tales como palabras, slogans, diseños, marcas tridimensionales, colores o hasta sonidos y olfativas.

La Ley de Marcas (Trademark Act, 15 U.S.C. 1051) prevé que los nombres o signos geográficos – que de otra forma serían considerados geográficamente descriptivos y por lo tanto no sujetos de registro como marcas o marcas colectivas sin demostrar que ha adquirido distintividad en Estados Unidos – puede ser registrada como Marca de Certificación.

Hay tres tipos de Marcas de Certificación para indicar:

- i) origen regional o de otro tipo;
- ii) material, modo de manufactura , calidad, perfección u otra característica de los productos/servicios; o,
- iii) que el trabajo o labor de los productos/servicios haya sido realizado por un miembro de una asociación u otra organización.

La Ley de Marcas de Estados Unidos (*U.S. Trademark Act*) distingue las Marcas de Certificación de las marcas comerciales por dos



características. La primera y muy importante es que la Marca de Certificación no es usada por el dueño. La segunda, una Marca de Certificación no indica la fuente comercial ni distingue productos o servicios de una persona y la de otra. Esto significa que cualquier entidad, que reúna las normas de certificación, podrá usar la Marca de Certificación. Sin embargo, las Marcas de Certificación son identificadoras del origen en el sentido que identifican la naturaleza y calidad de los productos y confirman que dichos productos reúnen ciertas normas establecidas.

Una Marca de Certificación por su naturaleza no puede ser usada propiamente por el titular de la marca toda vez que éste no produce los bienes o servicios en conexión con respecto al uso de la marca.

La marca solo puede ser usada por entidades distintas al dueño de la marca, con la autorización que a manera de reconocimiento le otorga dicho titular. El dueño de la Marca de Certificación controla el uso de la marca por otros en los productos/servicios; dicho control consiste en tomar pasos para asegurarse que la marca se usa solo en los productos/servicios certificados que contengan o presenten las características necesarias o que cumplan especificaciones requeridas que el dueño/certificador haya establecido o estipulado para la certificación.

El propósito de una Marca de Certificación es informar al comprador que los productos/servicios del usuario autorizado contienen ciertas características o cumple con cierta calidad o normas.

Una Marca de Certificación no indica el origen de un único propietario o fuente comercial. El mensaje enviado por una Marca de Certificación, cuando es puesto en productos o usado en conexión a servicios, es que los productos/servicios han sido revisados, examinados, inspeccionados o checados por el certificador/dueño a través de métodos determinados por el certificador/dueño.

Por lo tanto, el poner una marca en productos o servicios constituye una certificación por una persona diferente al productor que certifica que las características o calidad han sido cumplidas.

En Estados Unidos, en la mayoría de los casos la autoridad que ejerce control sobre el uso de un término geográfico como una Marca de Certificación es una entidad gubernamental o una entidad que opera con la autorización del gobierno. Cuando un término geográfico es usado como Marca de Certificación, existen dos elementos importantes: primero, preservar la libertad de todas las personas de la región de usar el término; y, segundo, preservar abuso o uso ilegal de la marca en detrimento de todos los que pueden usar la marca.

En general, un individuo no está en la mejor posición de cumplir con todos estos objetivos satisfactoriamente. El gobierno de una región, generalmente, es la autoridad respectiva para regular el uso del nombre de esta región. El gobierno, directamente o a través de alguna entidad a la que le ha dado autoridad, tendrá el poder de preservar el derecho a todas las personas y de prevenir el abuso y uso ilegal de la marca.

Todas las solicitudes para el Registro Federal de Marcas de Certificación son examinadas (igual que las solicitudes de Marcas y Marcas Colectivas) en la USPTO.

Las evidencias de uso son revisadas para determinar si un signo geográfico se usa como Marca de Certificación para indicar el origen geográfico de los productos/servicios para los que se utiliza. Si cualquier otra evidencia indica que un signo específico en cuestión tiene un significado principal como término genérico denotando un tipo de productos/servicios, el registro será rechazado.

Si el uso del signo está controlado por el certificador y limitado a productos/servicios que cumpla con las normas del origen regional establecidas por el certificador, y si los compradores entienden que el signo refiere solo a productos/servicios producidos en una región en particular y no a productos/servicios producidos en otro lugar,



entonces el signo funciona como una Marca de Certificación Regional.

Con respecto a la protección de Indicaciones Geográficas o de Marcas de Certificación, las partes afectadas pueden oponerse al registro o buscar la nulidad del registro, todo bajo el régimen de marcas de Estados Unidos. Por lo tanto, si una parte considera que el certificador no está siguiendo sus propias normas o está discriminando o negando el uso de la marca a una parte calificada, esa parte podrá solicitar procedimientos de cancelación u oposición en contra de la Marca de Certificación o una acción en una corte federal.

Si una parte es agraviada por el registro de una marca, marca de servicio, de certificación o colectiva o puede sufrir daño por la continua existencia de un registro de Estados Unidos, dicha parte puede interponer un procedimiento ante el TTAB (*Trademark Trial and Appeal Board*), cuerpo administrativo de la USPTO. El TTAB tiene jurisdicción sobre procedimientos de oposición y nulidad así como apelaciones de un rechazo final de abogado para el registro de una marca la solicitud.

IGs también son protegidas a través del derecho anglosajón (common law) sin necesidad de registro de la USPTO. Por ejemplo, el TTAB estipuló que "Cognac" es protegido a través del common law (sin registro) de Marca de Certificación en Estados Unidos: Cognac es una Marca de Certificación regional, en vez de ser un término genérico, toda vez que los compradores de Estados Unidos previamente conocieron la designación "Cognac" para referirse a brandy originario de la región Cognac de Francia, y no al brandy producido en cualquier otro lugar, en tanto que los opositores controlan y limitan el uso de la designación que cumple con ciertas normas del origen regional.

A continuación se reproduce parte de las disposiciones legales de Marcas y competencia desleal en su Ley de Marcas:



“§4 (15 U.S.C. §1054) Marcas colectivas y Marcas de Certificación

Sujeto a las disposiciones relacionadas con el registro de marcas, en caso de que apliquen, las marcas colectivas o de certificación, incluyendo indicaciones de origen regional, deberán ser registradas de acuerdo a este Capítulo, del mismo modo y con el mismo efecto que las marcas, por personas, naciones, estados y municipios, ejerciendo control legítimo sobre el uso de marcas que puedan ser registradas, aun cuando no posean un establecimiento industrial o comercial, y cuando se registren deberán contar con la protección prevista en este capítulo en caso de marcas, excepto en caso de Marcas de Certificación cuando sea usadas para representar falsamente que el dueño o usuario de dichas marcas produzca o venda productos o realice servicios o en conexión con el uso de la marca. Las solicitudes y procedimientos de esta sección deberán conformar casi tan factible a aquellos prescritos en el registro de marcas.

La ley de Estados Unidos prevé que el dueño de una IG tiene el derecho exclusivo de prevenir el uso de la marca por terceras partes sin autorización de acuerdo con 15 USC 1114 y 1125

Título VIII - designación de origen falsa, descripciones falsas y prohibición de dilución

§ 43 (15 U.S.C. §1125)

(a)(1) Cualquier persona que, o en conexión con cualquier producto o servicio, o cualquier contenedor de productos, uso en el comercio cualquier palabra, termino, nombre, símbolo, o



aparato, o la combinación de estos, o cualquier designación de origen falsa, o descripción falsa o confusa de hecho, o representación falsa o confusa, que:

(A) pueda crear confusión, o cause error, o engaño en la afiliación, conexión o asociación de dicha persona con otra persona, o el origen, patrocinio, o aprobación de sus productos, servicios o actividad comercial por otra persona, o

(B) en un comercial promocional o promoción, no represente adecuadamente la naturaleza, características, cualidades, u origen geográfico de sus productos, servicios o actividad comercial o la de otra persona deberá ser responsable en una acción civil por cualquier persona que crea que puede ser perjudicada por dicho acto.

En materia de VINOS, se refieren a Appellations of Origin (Denominaciones de Origen), si bien no son protegidas sí son reconocidas al existir un inventario de las mismas, y las acordadas en Tratados y Acuerdos con la Unión Europea, Australia, Canadá, Argentina, Chile, Georgia y Sudáfrica.³²

Las Denominaciones de Origen establecidas para los vinos se pueden aplicar en todo un estado, dos o tres estados contiguos, un condado o dos o tres del mismo estado o una región determinada por el gobierno como región vinícola. Para poder otorgar una Denominación de Origen, el 75% de los insumos del vino deben proceder del lugar o la región determinada como de origen, así como haberse embotellado en la misma. Se han reconocido más de 120 regiones vinícolas al margen sólo de cuatro regiones principales (California, Washington, Nueva York y Oregón). Ejemplos: Napa Valley, Sonoma Valley, Columbia Valley, Walla Walla Valley, Willamette Valley, Hudson Valley.

³² www.ttb.gov/appellation/index.



En este sentido, la forma en que se pueden proteger en Estados Unidos las Indicaciones Geográficas de terceros países es a través de tratados bilaterales, "El tequila" está protegido a través del Tratado de Libre Comercio (TLC) y también se encuentra registrado como marca ante la Oficina de Marcas y Patentes USPTO.

Bajo el sistema estadounidense, las IG también pueden registrarse como Marcas Colectivas, dentro de las que se encuentran, de acuerdo con la clasificación del TTAB, las marcas de servicio colectivo. Éstas son usadas exclusivamente por los miembros de un grupo colectivo organizado para distinguir sus productos de aquellos de los no miembros. Como todos los miembros del grupo la usan, ninguno dueño de ella, sino que el colectivo es su titular para beneficio de todos los integrantes³³.

Además, es posible proteger Indicaciones Geográficas en la forma de marcas comerciales. Sin embargo, para que esto proceda, la IG necesita, debido al paso del tiempo, haber adquirido un "significado secundario" que lleva a los consumidores a identificar ya no solamente un sitio geográfico sino la "fuente" del producto, es decir, su productor o productores³⁴.

j) Nueva Zelanda

En Nueva Zelanda, la protección de IGs está prevista en la Ley de Comercio 1986 (*Fair Trading Act 1986*), derecho anglosajón (Common Law) y a través de la Ley de Marcas. Se reconocen las figuras de: Indicación Geográfica, Marca de Certificación y Marca Colectiva

La Ley de Indicaciones Geográficas -Vinos y Espirituosas- 2006 (*Geographical Indications (Wine and Spirits) Registration Act 2006*)

³³ USPTO. Protección de Indicaciones Geográficas en Estados Unidos.

http://www.uspto.gov/web/offices/dcom/olia/globalip/pdf/gi_system.pdf

³⁴ *Idem*.



establece un sistema de registro para vinos y espirituosas pero todavía no entra en vigor.

La Marca de Certificación puede ser el mecanismo para proteger dichos productos, certificando que los productos o servicios para los que es usada son de un origen particular, material, modo de manufactura, calidad u otra característica.

No se permite registrar una marca que consista solo en signos o indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar el tipo, calidad, cantidad, propósito, valor, origen geográfico, tiempo de producción de los productos o de la prestación de servicios, u otras características de los productos o servicios.

Por lo tanto, si una marca consiste solo en un nombre geográfico y los productos/servicios con la marca son producidos en, o provienen de dicha localidad, entonces la marca no se otorga.

Asimismo, la Ley de Marcas (*Trade Marks Act 2002*) establece que se negará el registro de una marca que:

- (a) contenga una Indicación Geográfica protegida con respecto a productos específicos; y,
- (b) se relacione con productos específicos que no sean originarios del lugar indicado en la Indicación Geográfica protegida.

Define a la Marca de Certificación como un signo que certifica que los productos o servicios con respecto al uso de dicha marca son de un origen en particular, material, modo de manufactura, calidad u otra característica.

La Ley de Marcas define Marca de Certificación como un signo capaz de:

- (a) ser representado geográficamente; y,
- (b) distinguir, dentro del comercio:

- (i) productos certificados por una persona con respecto al material, modo de manufactura, calidad, perfección u otra característica de productos que no sean certificados; o
- (ii) servicios certificados por una persona con respecto de la calidad, perfección, realización u otra característica de servicios que no sean certificados.

Una Marca de Certificación denota certificación independiente por su dueño de los productos y servicios en relación a su uso contemplando características definidas. Una Marca de Certificación puede ser registrada en nombre de la persona que certifica los productos o servicios.

El dueño de la Marca de Certificación registrada tienen los mismos derechos que aquel de una marca tradicional, incluyendo el uso exclusivo, y la autorización de uso a otras personas de la Marca de Certificación. Sin embargo, como la certificación debe llevarse a cabo por un organismo independiente, el dueño de la Marca de Certificación no puede comerciar con los productos o servicios respectivos.

Es importante señalar que es responsabilidad del dueño de la Marca de Certificación la observancia de sus derechos, el cual puede vía procedimientos de la corte iniciar procedimientos de defensa y protección de derechos.

En la Ley de Comercio (*Fair Trade Act 1986*) se regula la competencia desleal establece que ninguna persona, en el comercio, deberá comprometer conductas que confundan o engañen o puedan confundir o engañar o serán sancionadas.

En Nueva Zelanda, la Junta Maorí de las Artes, Te Waka Toi, ha establecido la Marca de Certificación "Toi Iho"³⁵. Se trata de una marca de autenticidad y calidad que indica a los



³⁵ <http://www.toiho.com>



consumidores que el creador de los productos es de procedencia maorí y produce obras de determinada calidad. La marca Toi Iho pertenece a un grupo de artistas, la mayoría de ellos descendientes de maoríes, que colaboran a fin de producir, presentar o ejecutar obras en distintas formas artísticas.

k) Singapur

Singapur protege las IG's bajo la Ley de Indicaciones Geográficas (Geographical Indications Act) Capitulo 117B³⁶; reconoce y protege las figuras de Indicaciones Geográficas, marcas, marcas colectivas y Marcas de Certificación.

En este país una IG difiere de una marca ya que la IG informa a los consumidores que un producto proviene de un lugar en específico y tiene cualidades especiales debido al lugar de origen, mientras que una marca es para distinguir los productos o servicios de los competidores.

Una IG puede ser usada por los productores y comerciantes cuyos productos son originarios de un lugar y que comparten características similares, mientras que una marca proporciona al dueño de la marca la protección de que otros usen dicha marca.

Cabe destacar que en Singapur no está requerida la presentación de una solicitud para registrar una IG, ya que la Ley otorga al propietario, a los productores, comerciantes o asociaciones de los mismos, la protección automática de la IG. No obstante, se protege solo las IGs de un país que sea miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), miembro del Convenio de Paris, o un país designado por el Gobierno de Singapur como un país calificado

36

<http://www.ipos.gov.sg/AboutIP/TypesofIP/WhatIsIntellectualProperty/WhatIsageographicalindication.aspx>



cuyas IGs de dicho país pueda ser protegida. Adicionalmente, la IG debe estar protegida en su país de origen.

IG's que no son sujetas a protección

- Sea inmoral o esté en contra del orden público;
- Ya no esté en uso o ya no esté protegida en el país de origen;
- Se haya vuelto un nombre común en Singapur para los productos o servicios que lo identifique;
- En el caso de vinos y bebidas espirituosas, cuando se haya usado continuamente por lo menos 10 años antes del 15 de abril de 1994 o de buena fe antes de dicha fecha;
- Sea similar en grado de confusión a una marca para cuyos derechos hayan sido adquiridos antes de que la IG haya sido protegida en el país de origen; o,
- Sea el nombre de una persona o un predecesor en una empresa en particular.

En Singapur, un productor, comerciante o una asociación de productores o comerciantes puede demandar por el uso falso de una IG por una persona no autorizada cuando la IG es usada en caso de engaño, desleal o deshonesto, o cuando la IG usada identifique un vino o bebida espirituosa que no sea originario del lugar indicado por la IG.

Un productor, comerciante o una asociación puede ejercer derechos bajo la Ley de Indicaciones Geográficas (*Geographical Indications Act*) tomando acciones en contra de la parte infractora.

En el caso de IGs para vinos y bebidas espirituosas, se puede proceder de acuerdo con la Ley en contra de todo uso de una IG para un bien que no proceda del lugar indicado, aun cuando venga acompañada de la IG verdadera, sea empleada como traducción o esté acompañada de términos como "tipo", "género", "estilo", "imitación", o similares³⁷.

³⁷ <http://students.law.drake.edu/aglawjournal/docs/agVol09No3-OConnor.pdf>

Además de la protección bajo la Ley de IG's, los solicitantes pueden también solicitar el registro de IG como marca, marca colectiva o Marca de Certificación.

Estas solicitudes serán sujetas al examen usual de marcas/marcas colectivas/Marcas de Certificación y una vez que su registro es otorgado, gozaran de protección de acuerdo con la Ley de Marcas (Trade Marks Act) capitulo 332³⁸

Singapur comprende las Marcas de Certificación como aquellas otorgadas para certificar las características de bienes y servicios en particular, relacionadas con el origen, material, modo de manufactura, precisión, entre otras características; mientras las Marcas Colectivas distinguen los bienes o servicios de una asociación o grupo de comerciantes de aquellos ofrecidos por no miembros³⁹.

Asimismo, Singapur cuenta con un Reglamento de la Ley de Marcas⁴⁰.

Ejemplos de Indicaciones Geográficas protegidos en ese país de terceros países:

- Burdeos – vino
- Darjeeling – te
- Toscana – aceite de oliva

Ejemplos de productos de Italia protegidos en este país:

³⁸ <http://statutes.agc.gov.sg/aol/search/display/view.w3p?page=0;query=DocId%3A22eda8ae51-9095-4ada-b5e4-0407c03ca714%22%20Status%3Ainforce%20Depth%3A0;rec=0>

³⁹ Información de la Oficina de Propiedad Intelectual de Singapur.
<http://www.ipos.gov.sg/AboutIP/TypesofIPWhatisIntellectualProperty/Whatisatrademark.aspx>

⁴⁰ http://tmsearch.ipos.gov.sg/eTMSearch/eRegister_Servlet?Ops=28404163476331624003460143212843416347633921420043614764&eRSrchType=K&eRTmNo=34422001220320842285208120832201360014851280



Queso⁴¹

Marca colectiva⁴²



Marca Colectiva⁴³

PARMA HAM

⁴⁴
PROSCIUTTO DI PARMA

41

http://tmsearch.ipos.gov.sg/eTMSearch/eRegister_Servlet?Ops=28404163476331624003460143212843416347633921420043614764&eRSrchType=K&eRTmNo=34422001220320842285208120832201360014851280

42

http://tmsearch.ipos.gov.sg/eTMSearch/eRegister_Servlet?Ops=30044122468132444003468343212884404048043962424144844805&eRSrchType=K&eRTmNo=33601961220322052084228420431920308314031321

43

http://tmsearch.ipos.gov.sg/eTMSearch/eRegister_Servlet?Ops=30044204476331214003464244442843408148453921436444024600&eRSrchType=K&eRTmNo=34012043220420012324216122032162292213211362

44

http://tmsearch.ipos.gov.sg/eTMSearch/eRegister_Servlet?Ops=28814204472232443962460144032802416348043921424145254764&eRSrchType=K&eRTmNo=34012125212220012041216524442161280214441362



ANEXO 1

Ejemplos de Denominación de Origen.

ESPAÑA

España cuenta con más de 500 productos tradicionales de la tierra inscritos en el inventario europeo, a través de la figura de Denominación de Origen protegida e Indicación Geográfica protegida y especialidad tradicional garantizada. El sistema legal español en esta materia surge a principios del siglo XX, definiendo menciones que luego se adaptaron a todos los productos agroalimentarios, abarcando desde queso y aceite hasta miel.

El Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente es quien regula toda la política de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen para vinos, bebidas espirituosas, productos agrícolas y alimentarios es el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente www.magrama.gob.es, y tiene como cometido orientar, vigilar y coordinar la producción, elaboración y calidad de los productos amparados por una Denominación de Origen protegida o Indicación Geográfica protegida, velar por el prestigio de estas denominaciones, perseguir su empleo indebido, realizar estudios para la mejora de la materia prima y la elaboración de los productos protegidos y vigilar la actuación de los consejos reguladores de cada denominación.

Los actores que intervienen en este sistema son el Ministerio citado, los consejos reguladores y los órganos de los departamentos de Agricultura orientados a las políticas de calidad de cada comunidad autónoma. Estos últimos son organismos que también han impulsado y llevado a cabo distintas acciones de comunicación, como organización de ferias y congresos especializados en materia de Denominación de Origen, mientras que los consejos reguladores, órganos de carácter local que funcionan como la principal garantía y defensa de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, tiene funciones de inspección, control, asesoría y



promoción, son la entidad primordial para promover, gestionar e implementar la difusión de productos reconocidos por su origen.

Los nombres geográficos son bienes de derecho público, no pueden apropiarse de forma individual, pertenecen a la comunidad autónoma, pero la titularidad es del Estado español cuando comprenden territorio de más de una comunidad autónoma. España cuenta con leyes especiales que sancionan cualquier acto de competencia desleal en su país.

De igual forma se aplican las disposiciones jurídicas previstas en el Reglamento UE 1151/2012, de fecha 21 de Noviembre del 2012.

Ejemplos de Denominaciones de Origen Protegidas: Avellana de Reus, Arroz de Valencia, jamón de Huelva, queso manchego, miel de Galicia, pollos Prat, lentejas de la Armuña, cordero de navarra. Como se puede observar cuentan con signos distintivos gráficos e imágenes que generan también distintividad y conquista visual:





Disposiciones para la industria vitivinícola.

EL Reglamento (CE) 491/2009, establece la organización del mercado (OCM) vitivinícola en España. Además, implanta una nueva regulación para los nombres geográficos de vinos, desapareciendo los VCPRD (vinos de calidad producidos en regiones determinadas), e incorporando las DOP (Denominación de Origen protegida) e IGP (indicación de origen protegida). A partir de ahora, el reconocimiento no será realizado por los Estados miembros, sino por la Comisión.

Esta reglamentación, se basa en el refuerzo de la competitividad de los vinos europeos, un mayor equilibrio entre la oferta y la demanda, la supresión de las medidas de intervención en los mercados, un mayor aprovechamiento de los créditos presupuestarios, una mayor simplificación de la reglamentación, la consolidación del tejido social de las zonas rurales y la protección del medio ambiente.

Éste, regula la OCM única para todo el sector agrícola, donde queda integrada la vitivinícola. En esta normativa comunitaria se establecen unos requisitos para ambos tipos de protección:

VINOS con DOP	VINOS con IGP
Su calidad y características son esencialmente o exclusivamente debidas a su origen geográfico, con sus factores humanos y culturales inherentes.	Posee una calidad, reputación u otras características específicas atribuibles a su origen geográfico
100% de las uvas proceden exclusivamente de la zona geográfica de producción	Al menos el 85% de las uvas procede exclusivamente de la zona geográfica
Su elaboración tiene lugar dentro de la zona	Su elaboración tiene lugar en el área geográfica.
Se obtiene de variedades vnicas pertenecientes a Vitis vinífera.	Se obtiene de variedades vnicas pertenecientes a Vitis vinífera y otras especies de género Vitis.

Actualmente, los términos tradicionales que se utilizan para indicar que el producto vitivinícola se acoge a una DOP o IGP, son:



Para las IGP	Para las DOP
Vino de la Tierra	Denominación de Origen
	Denominación de Origen Calificada
	Vino de Calidad con Indicación Geográfica
	Vino de Pago
	Vino de Pago Calificado

La Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino (BOE 11-07-2003), define tales conceptos de Vinos de Mesa, Vinos de la Tierra, Vinos con Indicación Geográfica, vinos con Denominación de Origen, Vinos con Denominación de Origen calificada, vinos de pagos⁴⁵

⁴⁵ VINO DE MESA CON DERECHO A LA MENCIÓN TRADICIONAL "VINO DE LA TIERRA" es el que ha sido delimitado teniendo en cuenta unas determinadas condiciones ambientales y de cultivo que puedan conferir a los vinos características específicas. reputación o características se deban al medio geográfico, al factor humano o a ambos, en lo que se refiere a la producción de la uva, a la elaboración del vino o a su envejecimiento. **VINOS DE CALIDAD CON INDICACIÓN GEOGRÁFICA** es el producido y elaborado en una región, comarca, localidad o lugar determinado con uvas procedentes de los mismos, cuya calidad,

DENOMINACIÓN DE ORIGEN (DO) es el nombre de una región, comarca, localidad o lugar determinado que haya sido reconocido administrativamente para designar vinos que cumplan las siguientes condiciones: 1.haber sido elaborados en la región, comarca, localidad o lugar determinados con uvas procedentes de los mismos; 2.disfrutar de un elevado prestigio en el tráfico comercial en atención a su origen; 3. cuya calidad y características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico que incluye los factores naturales y humanos.- Además, han de haber transcurrido, **al menos, cinco años desde su reconocimiento como vino de calidad con indicación geográfica. DENOMINACIÓN DE ORIGEN CALIFICADA (DOCa)** deberá cumplir, además de los requisitos exigibles a las Denominaciones de Origen, los siguientes: 1. Que hayan transcurrido, **al menos, diez años desde su reconocimiento como Denominación de Origen.** 2. Se comercialice todo el vino embotellado desde bodegas inscritas y ubicadas en la zona geográfica delimitada. 3. Cuento con un sistema de control desde la producción hasta la comercialización respecto a calidad y cantidad, que incluya un control físico-químico y organoléptico por lotes homogéneos de volumen limitado. 4. Está prohibida la coexistencia en la misma bodega con vinos sin derecho a la DOCa, salvo vinos de pagos calificados ubicados en su territorio. 5. Ha de disponer de una delimitación cartográfica, por municipios, de los terrenos aptos para producir vinos con derecho a la DOCa. **VINOS DE PAGOS:** son los originarios de un pago, entendiéndose por tal el paraje o sitio rural con características edáficas y de microclima propias que lo diferencian y distinguen de otros de su entorno, conocido con un nombre vinculado de forma tradicional y notoria al cultivo de los viñedos de los que se obtienen vinos con rasgos y cualidades singulares y cuya extensión máxima será limitada reglamentariamente por la Administración competente, de acuerdo con las características propias de cada Comunidad Autónoma, y no podrá ser igual ni superior a la de ninguno de los términos municipales en cuyo territorio o territorios, si fueren más de uno, se ubique.Además, la producción de
(continuación de la nota al pie)

En España también se reconocen las Marcas Colectivas y de Certificación y las aplican para productos y servicios.

FRANCIA

Su legislación en la materia es el Código de Propiedad Intelectual de 1 de Enero del 2014 creado por la Ley N ° 92-597 de 1 de julio de 1992, sobre el Código de Propiedad Intelectual. El Código, que contiene dos partes legislativas y reglamentarias, se consolida la mayor parte de las leyes vigentes que rigen las dos ramas principales de la propiedad intelectual, es decir, (1) la propiedad industrial y la propiedad (2), literarias y artísticas. El Código se actualiza regularmente por el Parlamento la última actualización fue en enero de este año 2014 como se señaló.

Existen cuatro signos Denominación de Origen controlada (AOC), Etiqueta de calidad (Label rouge) Certificado de conformidad y Agricultura biológica (AB) se complementan directamente con la reglamentación europea que permite asociar la protección jurídica de las denominaciones de productos ligados a un origen geográfico o derivados de un método de producción tradicional o de un método de producción biológico.

De esta manera, cualquier solicitud de protección bajo una Denominación de Origen protegida DOP debe venir acompañada de la solicitud simultánea de la Denominación de Origen controlado a nivel nacional. Asimismo, cualquier solicitud de protección mediante IGP o por medio de un certificado de especificidad requiere una etiqueta de calidad o un certificado de conformidad.

uva, elaboración y embotellado (con excepciones) deberán realizarse dentro del pago. Y habrá de contarse con un sistema de calidad integral que cumpla, al menos, los requisitos de una DOCa.



De esta forma no se contraponen al sistema jurídico comunitario de DOP e IGS o ETG.

Los procedimientos franceses son competencia del Instituto Nacional de las Denominaciones de Origen (INAO) y de la Comisión de las etiquetas de calidad, que emiten su dictamen sobre la remisión por parte del gobierno francés de las solicitudes de DOP, IGP, de certificación o de especificidad a la Comisión europea

Ejemplos de Denominaciones de Origen milenarias son el Roquefort, Champagne, Cognac.⁴⁶

ITALIA

Italia protege la Indicación Geográfica y a la Denominación de Origen⁴⁷ refiriéndose a:

⁴⁶ EL ROQUEFORT La producción de leche de oveja para la fabricación de Roquefort se hace en una zona del Macizo Central, tan seca y árida, que el rey Carlos VII ya en el siglo XV brindó protección a Roquefort.

1. Es un queso de leche cruda y entera de ovejas "Lacaune", producido en la región de Roquefort.
2. Tiene un proceso particular de fabricación:

a) Se madura en las cuevas naturales de Roquefort, al abrigo de la luz, en un ambiente natural de 95% de humedad y alrededor de diez grados.

b) El queso inicia con el curado su lenta maduración, que favorece al crecimiento del "Penicillium Roqueforti", se ventila de manera natural por el aire y se envuelve con una hoja de estaño para proseguir su evolución a baja temperatura; dicha transformación se prolonga por tres meses mínimo.

3. La zona de Roquefort se conforma de cuevas de maduración que se encuentran al final de largas fisuras que crean una agitación de aire entre el interior y el exterior, manteniendo así una temperatura y humedad constantes, sea cual sea la estación del año. 4. Las ovejas deben ser de la raza "Lacaune", el rebaño hoy dedicado a la producción de leche está constituido por 750,000 ovejas seleccionadas que dan un promedio de 200 litros de leche por período de lactancia. Dicha leche debe estar cruda y sin descremar y es la base del queso roquefort 4.-Las ovejas deben ser de la raza "Lacaune", el rebaño hoy dedicado a la producción de leche está constituido por 750,000 ovejas seleccionadas que dan un promedio de 200 litros de leche por período de lactancia. Dicha leche debe estar cruda y sin descremar y es la base del queso roquefort. **Champagne**

En la actualidad, sólo las botellas que se producen en un área designada de la región de Champaña, en el nordeste de Francia, se pueden clasificar como este tipo de bebida. Esa área abarca viñedos en 319 aldeas y tiene una superficie total aproximadamente de 33,500 hectáreas. **Cognac**. Dentro de la región delimitada se encuentran las poblaciones de Jarnac, Segonzac y Cognac, la que da el nombre a este producto; se extiende a 120 km al suroeste de París y a 120 km de la región de Burdeos. El tipo de uva para producir cognac y por tanto su sabor, ha sido cambiado varias veces en los últimos tres siglos:

- a) En el siglo XVIII se utilizaba la variedad de Colambard
- b) En el siglo XIX se utilizaba la variedad Folle Blanche.
- c) En 1863 llega la plaga de la filoxera
- d) Posterior a la filoxera se usa St Emilion.



“la identificación de un país, región o localidad que sirva para designar a un producto originario cuya calidad, reputación y otras características se deben exclusivamente al ambiente geográfico de origen, comprendiendo en éste los factores naturales, humanos y la tradición”.

En materia de vinos Italia cuenta con más de 200 zonas de Denominación de Origen controlada en sus 20 regiones administrativas; cada región es fiel a sus tradiciones locales y protege y promueve sus propias denominaciones.

Su ley vinícola es de 1992 y parecida al sistema francés de Denominaciones de Origen controladas.

Vinos con Denominación de Origen controlada y garantía son los que se designan con un grado de calidad superior y exigencias de elaboración más estrictas hay más de 200. Asimismo, Italia cuenta como España en un clasificador de vinos⁴⁸

⁴⁷ Código del Derecho de la Propiedad Industrial No.30 de 10 de febrero del 2005 actualizado por el Decreto.ley No.1 del 24 de enero del 2012 convertido en Ley por la Ley No.27 del 24 de Marzo del 2012. (Arts. 29, 30).

⁴⁸ **VINOS DE MESA:** Son vinos Italianos producidos con uvas frescas, sin necesidad de que el productor haya utilizado disciplinas particulares de producción, y en tu etiqueta no es necesario que esté especificado el viñedo utilizado ni el año de producción. Son generalmente vinos para uso cotidiano. **VINOS I.T.G** I.T.G. es la sigla de “INDICACIÓN GEOGRÁFICA TÍPICA”, y son vinos producidos con uvas de una Región o una Provincia precisa (establecido por la ley) y que algunas veces deben cumplir con una cierta disciplina de producción. Algunas veces en la etiqueta aparecen los viñedos utilizados y el año de producción.

VINOS D.O.C. D.O.C. es la sigla de “DENOMINACIÓN DE ORIGEN CONTROLADA” Son vinos producidos en zonas geográficas con renombrada vocación vinícola. Siguen necesariamente disciplinas de producción bien precisas que son aprobadas mediante decreto ministerial. Los Viñedos utilizados para la producción del vino D.O.C. deben ser autorizados para la cultivación y producción, la cultivación de la uva cumple también con fases bien precisas, y la elaboración del vino se lleva a cabo con métodos bien rigurosos. Además, en fase de producción del vino D.O.C. se llevan a cabo numerosos análisis físico-químico y un examen orgánico que certifiquen el respeto de los requisitos de ley. garantizar un vino de excelente calidad y auténtico de la región que la produce, según la tradición milenaria que ese lugar lleva en la producción del vino. **VINOS D.O.C.G.** D.O.C.G. es la sigla de “DENOMINACIÓN DE ORIGEN CONTROLADA Y GARANTIZADA”, y como los D.O.C. son vinos producidos en zonas geográficas famosas por su tradición vinícola. Puede adquirir la denominación D.O.C.G un vino que sea D.O.C. desde al menos 5 años, y que sea considerado preciado por la calidad de sus uvas, su producción y su historia. Además, los vinos D.O.C.G. deben ganar una cierta fama a nivel nacional e internacional. Así como para el vino D.O.C. para la producción de este vino se llevan a cabo numerosos controles físico-químico y orgánicos, pero también se le hace un análisis sensorial: una degustación llevada a cabo por una comisión de enólogos autorizados por el ministerio de agricultura.



Este país también reconoce las figuras jurídicas de las marcas colectivas y de certificación. Define a las marcas colectivas como signos que pueden consistir en un signo o indicación comercial que sirva para indicar la procedencia geográfica del producto (Art. 11).



ANEXO 2

Resumen de Figuras Jurídicas de Protección y Regulación.

FIGURAS JURÍDICAS DE PROTECCIÓN Y REGULACIÓN DE LOS PAÍSES SELECCIONADOS			
PAÍS	FIGURAS JURÍDICAS	OBSERVACIONES	LEGISLACIÓN Y REGULACIÓN *
UNIÓN EUROPEA	Indicaciones Geográficas (IGP) Denominaciones de Origen (DOP) Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)	Cada país tiene figuras alternativas como marcas de certificación, colectivas, indicación geográfica calificada, indicación geográfica típica. Si reconocen la de 3os países.	Reglamento UE 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo del 21 de Noviembre del 2012. Reglamento UE de Ejecución (UE) No 668/2014 de la Comisión de 13 de Junio de 2014 que establece las normas de desarrollo del Reglamento (UE) No 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios. Reglamento CE. No.491/2009 del Consejo para la industria vitivinícola.
AUSTRALIA	Indicaciones Geográficas y Marcas de Certificación	Las Indicaciones Geográficas son solo para vinos. Utilizan marcas de certificación para productos y servicios.	Ley Australiana de Vinos (Wine Australian Corporation Act 1980, WAC Act) / Reglamento de Marcas de 1995
CANADA	Indicaciones Geográficas y Marcas de Certificación	Las Indicaciones Geográficas son para vinos y bebidas espirituosas. Marcas de certificación para productos y servicios.	Ley de Marcas (Trademark Act)
JAPÓN	Marcas Colectivas y Marcas Colectivas Regionales		Ley de Marcas (Trademark Act), Ley de Asociaciones de Empresas de Licor. (Act on Securing of Liquor Tax and on Liquor Business Associations).
NUEVA ZELANDIA	Indicaciones Geográficas, Marcas Colectivas y Marcas de Certificación		Ley de Comercio (1985 (Trade and Commerce Act) / 1976 (Trade Marks Act)
SINGAPUR	Indicaciones Geográficas, Marcas Colectivas y Marcas de Certificación		Ley de Indicaciones Geográficas (Geographical Indications Act)
MÉXICO	Marcas Colectivas y Denominaciones de Origen		Ley de Propiedad Industrial

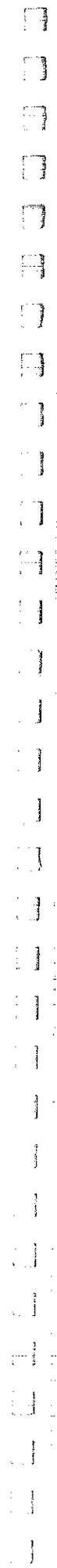
*Todos los países protegen las Indicaciones Geográficas y denominaciones de Origen a través de Tratados bilaterales o Multilaterales o Acuerdos Comerciales.



**TRATADOS INTERNACIONALES EN INDICACIONES
GEOGRÁFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN, EN
PAÍSES SELECCIONADOS.**

SEGUNDO ENTREGABLE

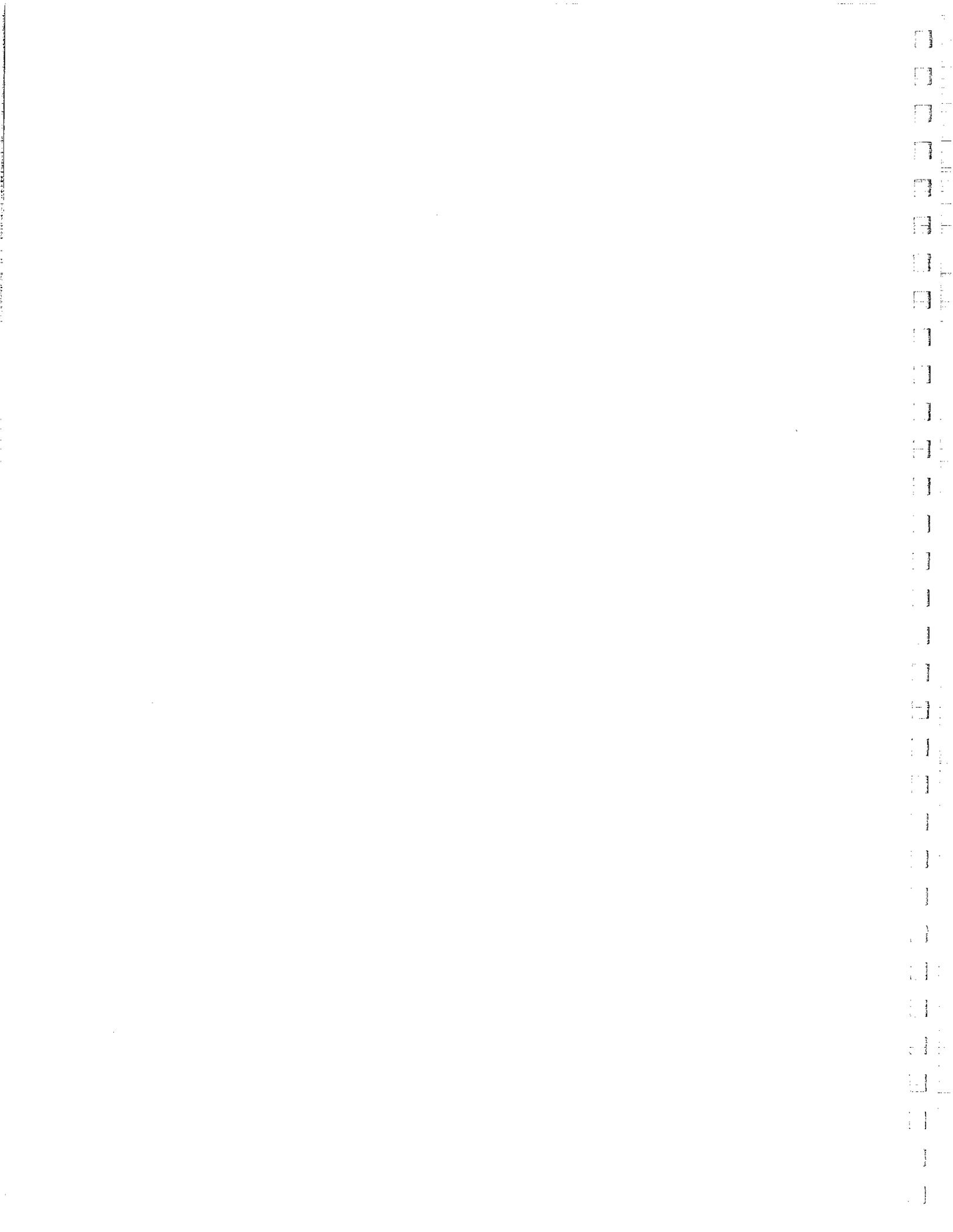
Octubre 2014





CONTENIDO

- I. INTRODUCCIÓN.
- II. TRATADOS INTERNACIONALES
ADMINISTRADOS POR LA OMPI.
- III. TRATADOS INTERNACIONALES MULTILATERALES Y
ORGANIZACIONES INTERNACIONALES.
- IV. TRATADOS INTERNACIONALES BILATERALES.
- V. CONCLUSIONES.
- VI. ANEXOS.





Tratados Internacionales. Estados Unidos, Nueva Zelanda, Australia, Canadá, Japón, Singapur y el régimen comunitario de la Unión Europea, en materia de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

I. Introducción.

Para efecto de abordar el tema de tratados internacionales es importante mencionar que a través de las normas que se pactan en los mismos, se regulan las relaciones entre los países contratantes y se establece así el vínculo directo entre la propiedad intelectual y los intereses comerciales de cada país, armonizándose así a la multiplicidad de sistemas jurídicos, existiendo tantos de ellos como países hay en el mundo.

Es así que a través de las negociaciones internacionales se crean normas que hacen asequibles las relaciones entre las partes, que son sujetas del derecho internacional.

Un tratado internacional es un acuerdo escrito que ha sido pactado entre dos o más sujetos del derecho internacional, encontrándose regido por éste, pudiéndose hacer constar en uno o más instrumentos jurídicos conexos, y siendo indiferente su denominación.

Lo más común es que tales acuerdos se realicen entre Estados, aunque pueden celebrarse entre Estados y organizaciones internacionales. Los primeros están regulados por la Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados de 1969; los segundos, por la Convención de Viena sobre el Derecho de los Tratados celebrados entre Estados y Organizaciones Internacionales de 1986.

Los acuerdos entre empresas privadas o empresas públicas de un Estado y otros Estados no son tratados internacionales. La Corte Internacional de Justicia ha resuelto que los tratados internacionales solo pueden tener lugar entre Estados y organismos

internacionales; porque los acuerdos con empresas se rigen por las normas del Derecho Internacional Privado.

Jurisprudencialmente la Suprema Corte ha interpretado al artículo 133 constitucional, en el sentido de que al devenir los tratados internacionales de compromisos internacionales, son asumidos por el estado mexicano en su conjunto y en consecuencia comprometen a todas sus autoridades frente a la comunidad internacional.

Es en este contexto que se explica que el Constituyente haya facultado al Presidente de la República a suscribir los tratados internacionales en su calidad de Jefe de Estado y, de la misma manera, el Senado interviene como representante de la voluntad de las entidades federativas.

Es por medio de esta ratificación del Senado que se obliga a su observancia a las autoridades administrativas en sus tres niveles de gobierno y asimismo con ello se obliga a los tres poderes de la Unión, al tener dichos tratados el carácter de legislación acogida y por lo tanto aplicable en el país, creándose con ello inclusive derechos y obligaciones para los gobernados nacionales.

Los tratados internacionales pueden ser de diversas especies:

- Según la materia, pueden ser: tratados comerciales, políticos, culturales, humanitarios, sobre derechos humanos, o de otra índole.
- Según el tipo de obligaciones creadas diferenciamos entre: tratados-ley y tratados-contrato: Los primeros establecen normas de aplicación general que jurídicamente se encuentran en un rango superior a las leyes internas de los países firmantes; los segundos se componen por normas particulares por las que se pactan intercambios de prestaciones entre las partes contratantes.
- Por la pluralidad de contratantes, pueden ser tratados bilaterales, trilaterales, regionales o multilaterales.



- Por la índole de los sujetos participantes, distinguimos: tratados entre Estados, entre Estados y organizaciones internacionales, entre organizaciones internacionales y tratados celebrados ante la administración de organismos internacionales por diversos Estados.
- Por su duración: se diferencian entre tratados de duración determinada por temporalidad o por objetivos y tratados de duración indeterminada.
- Según la posibilidad de hacerse parte sin haber tomado parte en su negociación: tratados abiertos y cerrados. Estos últimos no admiten nuevos miembros, por lo que su admisión implica la celebración de un nuevo tratado.

Para abordar el tema de los tratados internacionales que contienen disposiciones relacionadas con el tema de Indicaciones Geográficas, es necesario mencionar las dos instituciones globales que los administran: la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la Organización Mundial del Comercio (OMC). Adicionalmente y por su importancia, se incluyen comentarios sobre el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización Internacional para las Indicaciones Geográficas (ORIGIN), el Mercado Común del Sur (Mercosur), y la Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ANSEA).

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

La OMPI es el organismo del sistema de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) especializado en los diversos temas de Propiedad Intelectual, para lo cual administra un total de veinticuatro tratados internacionales, incluyendo los siguientes siete que contemplan disposiciones en materia de Signos Distintivos y/o Indicaciones Geográficas:

- El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (20 de marzo de 1883).

- El Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas (14 de abril de 1891).
- El Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos (14 de abril de 1891).
- El Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (31 de octubre de 1958).
- El Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas (27 de junio de 1989).
- El Tratado sobre el Derecho de Marcas (27 de octubre de 1994).
- El Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas (27 de marzo de 2006).

La OMPI¹ administra los tratados internacionales multilaterales que contienen disposiciones para la protección de las indicaciones geográficas: el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 1883; el Arreglo de Madrid relativo a la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas en los Productos de 1891; y, el Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional de 1958.

II. Tratados Internacionales administrados por la OMPI.

El Convenio de París.

El Convenio de París concluido en 1883, fue complementado por un Protocolo interpretativo en Madrid en 1891, revisado en Bruselas en 1900, en Washington en 1891, en Londres en 1925, Lisboa en 1958, en Estocolmo en 1967 y enmendado en 1979. El 20 de julio de

¹ www.OMPI.org-Es el foro mundial de servicios, políticas, información, cooperación internacional en materia de propiedad intelectual, administra 24 Tratados Internacionales en Propiedad Intelectual, teniendo que ver con las Indicaciones Geográficas (IG's), Denominaciones de Origen (DO's) y Signos Distintivos (Sd's).



1903 México se adhirió al Acta de Bruselas de 1900, entrando en vigor este tratado el 7 de septiembre de 1903.

Este convenio fue el primero en tratar temas de Propiedad Industrial por lo que se le considera el tratado pilar e insignia a nivel mundial. Se aplica en su acepción más amplia incluyendo disposiciones sobre patentes, modelos de utilidad, dibujos y modelos industriales, marcas de productos y servicios, nombres comerciales, **marcas colectivas, indicaciones geográficas (indicaciones de procedencia y denominaciones de origen)** y la represión de la competencia desleal.

Varias disposiciones de este Convenio abordan específicamente el tema de las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen: el Artículo 1.2) hace referencia a las "indicaciones de procedencia" y a las "denominaciones de origen" al referirse al objeto de la propiedad industrial; el Artículo 10 trata de manera expresa la protección de las indicaciones de procedencia, pero no contiene disposiciones especiales en cuanto a la protección de las denominaciones de origen; el Artículo 9 estipula algunas sanciones aplicables, entre otras, en casos de uso directo o indirecto de indicaciones de procedencias falsas; y el Artículo 10 refuerza las disposiciones del Artículo 9. No obstante, los artículos 9, 10 y 10ter son aplicables para la protección de las denominaciones de origen.

La principal ventaja de protección que concede el Convenio de París a las indicaciones de procedencia, reside en el alcance del ámbito territorial cubierto por los Estados miembros de la Unión de París. Asimismo, el Convenio de París no aborda el tema de aquellas indicaciones que, en otros países distintos al país de origen, son denominaciones genéricas, razón por la cual los Estados miembros de la Unión de París tienen total libertad a este respecto.

Finalmente, aunque el Convenio de París menciona específicamente el tipo de sanciones, éstas no son obligatorias en todos los casos y se aplican únicamente a las indicaciones de procedencia falsas y no a las indicaciones de procedencia que pudieran inducir a error.



En este convenio, por primera vez, se advierte que las marcas colectivas pueden contener indicaciones geográficas, de conformidad con el texto del artículo 7bis que indica que aun cuando las marcas colectivas no son definidas del mismo modo dentro de las legislaciones de cada país, éstas tienen como objeto el distinguir características comunes de los productos que producen las colectividades titulares de esas marcas, como puede ser su origen geográfico.

Varios países adoptan el criterio basado en el artículo 7bis conjuntamente con la definición contenida en la *Guía para la aplicación del Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial revisado en Estocolmo en 1967* de Bodenhausen², en la que se establece lo siguiente:

“Las marcas colectivas no son definidas del mismo modo en las diversas legislaciones nacionales, pero cabe decir, *grosso modo*, que son signos que sirven, no para distinguir los productos o servicios de una empresa de los de otra empresa, sino para distinguir el origen geográfico u otras características comunes de productos o servicios de diferentes empresas que utilizan la marca colectiva bajo el control de su titular. Esas marcas implican generalmente una cierta garantía de calidad”.

Arreglo de Lisboa.

El Arreglo de Lisboa, concertado en 1958, fue revisado en Estocolmo en 1967 y enmendado en 1979. México, Bulgaria, Eslovaquia, Francia, Hungría, Italia, Portugal, Rep. Checa, son partes contratantes y se encuentra en vigor en los mismos, en el caso de Rumania, España Grecia lo suscriben pero no lo han ratificado.

En el Arreglo (Artículo 2.1) se establece una definición de la denominación de origen, de la que se desprende que el Arreglo sólo

² Se anexan páginas 141-145 de la Guía de Bodenhausen. Anexo 1



admite la protección de las denominaciones de origen que se ajusten a esa definición:

“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 deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos”.

Asimismo, dispone (Artículo 1.2) que los países parte del Arreglo se comprometen a proteger en sus territorios, según los términos del Arreglo, las denominaciones de origen de los otros países, reconocidas y protegidas como tales en el país de origen y registradas en la Oficina Internacional de la OMPI. Por consiguiente, para que una denominación de origen reciba protección en virtud del Arreglo de Lisboa, ésta deberá cumplir con dos condiciones: que esté reconocida y protegida como tal en el país de origen y que esté registrada en la Oficina Internacional de la OMPI.

El registro internacional se efectuará a petición de la Administración competente del país de origen, excluyéndose toda solicitud que emane directamente de particulares. No obstante, la administración nacional no puede iniciar el trámite de registro internacional en nombre propio, sino en el de “las personas físicas o morales, entidades públicas o privadas, titulares del derecho de usar” esas denominaciones según su legislación nacional (Artículo 5.1).

La protección que otorga el registro internacional no tiene límite en el tiempo, y no necesita renovación. El registro internacional asegura, sin renovación, la protección de una denominación de origen mientras se encuentre protegida como tal en el país de origen y no podrá considerarse como una denominación genérica (Artículos 6 y 7).



De conformidad con el Artículo 3 del Arreglo, el contenido de la protección que se concede a una denominación de origen registrada internacionalmente es muy amplio, ya que se prohíbe toda usurpación o imitación de la denominación 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", "imitaciones" o similares.

Con respecto a la observancia de la protección de las denominaciones de origen registradas internacionalmente el Artículo 8 se remite a la legislación nacional de cada país miembro. En él se especifica que el derecho de ejercer una acción legal recae tanto en la administración competente o en el Ministerio Público, como en la parte interesada. Además de las sanciones aplicables en virtud del Convenio de París y del Arreglo de Madrid, se aplicarán, según sea el caso, todas las sanciones previstas en la legislación nacional, ya sean civiles, penales o administrativas (Artículo 4 y 8).

Asimismo, desde enero de 2010, los Estados Contratantes pueden emitir una declaración de concesión de protección, lo que mejora la comunicación en relación con la situación de los registros internacionales en los países miembros. Esas declaraciones pueden emitirlas los Estados Contratantes que sepan, mucho antes del vencimiento del período de denegación (un año, como se establece en el Arreglo), y que no emitirán una declaración de denegación de protección; o bien la declaración puede sustituir a la notificación de retirada de una denegación ya dada.

El Arreglo de Lisboa no establece los motivos específicos por los cuales un Estado Contratante puede denegar la protección, pero la existencia de un derecho anterior como una marca registrada es recurrente.

La desventaja de este Arreglo, es el reducido ámbito territorial, que a la fecha se circunscribe a 28³ Estados Miembros. Este hecho se

³ De acuerdo con la OMPI, existen 33 Estados Miembros. No obstante, cinco países no se han adherido.



fundamenta en que la definición de denominación de origen constituye una grave desventaja para los países en los que típicamente las denominaciones no se aplican a productos agrícolas o artesanales, sino a productos industriales. Es decir, la definición exige la existencia de una relación de calidad entre el medio geográfico y el producto, aun cuando la presencia de factores humanos pueda ser suficiente. En casos de productos industriales, dicha relación puede estar presente al comienzo de la manufactura del producto, pudiéndose extender posteriormente, hasta un punto tal que su existencia sea difícil de comprobar.

Cómo se mencionó anteriormente en el Primer Entregable del presente estudio, existe un nuevo proyecto de Arreglo de Lisboa, en el que ya se reconoce las Indicaciones Geográficas (Artículo 2), y se establece la definición de ADPIC respecto de las mismas, al establecer "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". Se anexa la última versión de dicho proyecto.⁴

Arreglo de Madrid Relativo a la Represión de las Indicaciones de procedencia Falsas o Engañosas

El Arreglo de Madrid concertado en 1891, ha sido revisado en Washington en 1911, en La Haya en 1925, en Londres en 1934, en Lisboa en 1958 y en Estocolmo 1967. México no forma parte de este Arreglo, y entre los países del presente estudio solamente Japón y Nueva Zelanda son contratantes. Los países miembros de la

⁴ Anexo 2 - Proyecto de Arreglo de Lisboa revisado sobre Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas" preparado por la Secretaría del Grupo de Trabajo sobre el Desarrollo del Sistema de Lisboa (Denominaciones de Origen) el 27 de agosto del 2014, en la sede de la OMPI.



Unión Europea que forman parte son: Alemania, Eslovaquia, España, Francia, Hungría, Italia, Polonia, Portugal, República Checa.

Es un acuerdo especial en el marco de la Unión de París, que tiene por objeto la represión, no solamente de las indicaciones de procedencia falsas sino también de las indicaciones engañosas. Además prevé el embargo de los productos; autoriza al comercializador para indicar el nombre o la dirección en los productos provenientes de otro país, en caso de que el comercializador señale lo anterior deberá estar acompañado de una indicación exacta del país o lugar de producción o por las indicaciones necesarias para evitar la confusión sobre la verdadera procedencia de los productos; prohíbe el uso, en relación con la exhibición, la venta y oferta para la venta de productos, de las indicaciones que puedan causar confusión sobre el verdadero origen de los productos. (Artículo 1 a 3 bis).

Por otro lado, prevé que las autoridades judiciales de cada país tengan que decidir sobre cuales denominaciones, considerando su carácter genérico, no están incluidas en las disposiciones de este Acuerdo. Sólo las denominaciones regionales concernientes al origen de los productos para vinos están excluidas de esta disposición (Artículo 4).

El ámbito territorial del Arreglo de Madrid es considerablemente más pequeño que el del Convenio de París y al igual que éste, protege únicamente las indicaciones de procedencia. Sin embargo, este Arreglo tiene un mayor alcance ya que admite la represión de indicaciones de procedencia engañosas y falsas, y a su vez protege las denominaciones regionales relativas al lugar de procedencia de los vinos contra el riesgo de convertirse en denominaciones genéricas.

Es importante mencionar que la reserva prevista en el Artículo 4, delimita el ámbito de este Acuerdo, en donde la protección a las denominaciones regionales relativas al origen de vinos es absoluta.



Arreglo y Protocolo de Madrid.

El sistema de registro internacional de marcas se rige por dos tratados: el Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas, que data de 1891 y el Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid, que se adoptó en 1989, entró en vigor el 1 de diciembre de 1995 y empezó a aplicarse el 1 de abril de 1996.

El Reglamento Común del Arreglo y del Protocolo entró también en vigor en esa fecha. El sistema es administrado por la Oficina Internacional de la OMPI, que mantiene el Registro Internacional y publica la Gaceta de la OMPI de Marcas Internacionales.

Los países pueden optar por pertenecer a ambos o sólo a uno. México se integra al Protocolo en 2013, fecha desde la cual el IMPI es oficina receptora de solicitudes de registro internacional de marcas. Son parte del Protocolo la mayoría de los países seleccionados para el presente estudio, excepto Canadá y Singapur. Sólo son parte del Arreglo de Madrid algunos países de la Unión Europea: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre; Croacia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Francia, Hungría, Italia Letonia, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Portugal y Rep. Checa.

El Arreglo y el Protocolo de Madrid permiten a los países contratantes proteger una marca en gran número de países mediante la obtención de un registro internacional que surte efecto en cada una de las Partes Contratantes que se hayan designado.

El Protocolo de Madrid es un tratado internacional que ofrece a los propietarios de una marca la posibilidad de extender la protección de la misma en varios países, mediante la presentación de una sola solicitud, en su propia oficina, en un solo idioma y mediante el conjunto de tasas pagadas en una misma moneda y en una misma exhibición. Cada país se reserva el derecho a determinar si concede o niega la protección de dicha marca de conformidad con su legislación interna.



En el Arreglo y Protocolo de Madrid no hay disposiciones sobre Indicaciones Geográficas o Denominaciones de Origen. Así como tampoco de Marcas Colectivas o de Garantía.

Las principales diferencias entre el Arreglo y el Protocolo se detallan en el siguiente cuadro y se refieren a tasas, plazos de concesión o negativas de marcas y su vigencia.

ARREGLO DE MADRID	ARREGLO DE MADRID	PROT. SDE. DE MADRID
Se pueden adherir:	Estados	Estados/Organizaciones Intergubernamentales
Derecho a la solicitud internacional basada en:	Registro	Solicitud/Registro
Pago de tasas (derechos por uso del sistema)	Suplementarias y complementarias	Individuales, o suplementarias y complementarias
Plazo para la concesión o negativa de registro (denegación):	12 MESES	Posibilidad de 18 meses o más
Tiempo de dependencia de las solicitudes que se presentan sobre la solicitud base (llamada así a la solicitud inicial que da origen al derecho de petición para presentarla en otros Estados)	5 años. Si el registro base deja de surtir sus efectos dentro de este plazo, el registro internacional también lo hará. No contempla la transformación a solicitud nacional	5 años. Si la solicitud o registro base deja de surtir su efectos dentro de este plazo, el solicitante tiene la posibilidad de transformar las demás solicitudes como una marca nacional dentro de 3 meses con las formalidades establecidas de conformidad con los estados designados y se respetara la fecha de presentación de la solicitud internacional
VIGENCIA	20 AÑOS	10 AÑOS

Tratado Sobre el Derecho de Marcas

El Tratado Sobre el Derecho de Marcas, concertado el 27 de Octubre de 1994, ha sido suscrito y ratificado por Australia, Estados Unidos y Japón. En el caso de México y la Unión Europea fue suscrito pero no ha sido ratificado. No forman parte del mismo, Canadá, Nueva Zelanda y Singapur.

El objetivo principal de este tratado es armonizar y agilizar los procedimientos nacionales y regionales de registro de marcas. Propone la simplificación y la unificación de determinados procedimientos de forma de presentación de las solicitudes de registro de marcas. Sin embargo la implementación de las disposiciones de este tratado son muy complicadas dada la diferencia de los sistemas jurídicos nacionales de cada país y los procedimientos administrativos diversos como por ejemplo: en México no hay sistema de oposición (el Artículo 7 de dicho tratado lo prevé), ni registros multiclase y existen dos tipos de examen para el registro: el de fondo y el de forma.

Este tratado sólo contempla los procedimientos de registro de marcas de comercio y servicios, no se aplica a marcas colectivas,



marcas de certificación o marcas de garantía (Artículo 2), por lo tanto no contiene disposiciones en materia de Indicaciones Geográficas.

Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas.

El Tratado de Singapur, se adopta el 27 de marzo del 2006, ha sido suscrito y ratificado por Australia, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Singapur. México lo suscribe el 28 de Marzo del 2006, pero no ha sido ratificado. No forman parte de este Tratado: Canadá y Japón.

Al igual que en el caso del Tratado sobre Derecho de Marcas, sólo se contemplan los procedimientos de registro de marcas de comercio y servicios (No Tradicionales), sin aplicarse a marcas colectivas, marcas de certificación o marcas de garantía (Artículo 2). En consecuencia, este tratado tampoco contiene disposiciones con respecto a Indicaciones Geográficas.

El objetivo del Tratado de Singapur es crear un marco internacional moderno y dinámico para la armonización de los trámites administrativos de registro de marcas. Sobre la base del Tratado sobre el Derecho de Marcas de 1994 (el TLT de 1994), el nuevo Tratado de Singapur posee un alcance más amplio y tiene en cuenta la evolución más reciente en el ámbito de las tecnologías de la comunicación⁵.

Es el primer tratado internacional que expresamente reconoce las marcas no tradicionales (Regla 3 del Reglamento del Tratado)⁶, como los hologramas, las marcas tridimensionales, las marcas de un color o combinación de colores, de posición y las animadas, y también para las marcas no visibles, como las marcas de sonido, las olfativas, las gustativas y las táctiles.

⁵ www.OMPI.org

⁶ Reglamento del Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas. Texto en vigor 1 de Noviembre del 2011.



En el Reglamento del Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas se dispone la forma en que deben estar representadas esas marcas en la solicitud, representación que podrá ser incluso fotográfica o no gráfica.

Este tratado, es un reflejo de la evolución del mundo en nuevas ideas, innovación y tecnologías que conllevan derechos mundiales de propiedad intelectual.

Dada la diversidad de tratados que administra la OMPI y que se señalan en el presente estudio, se anexa un cuadro resumen de los tratados internacionales administrados por la OMPI y de los que forman parte los países seleccionados⁷, en el cual se refleja cada uno de los citados tratados y si los países seleccionados son parte de los mismos, señalándose en el caso de la Unión Europea, los países por separado y en los que forma parte también la Unión como tal.

La OMPI procura hacer más atractivos los tratados que administra a efecto de que haya más países contratantes, ejemplo de ello es el caso de México y su reciente adhesión al Protocolo de Madrid el 19 de Febrero del 2013, y las reformas propuestas en el Arreglo de Lisboa.

La OMPI establece la definición de indicación geográfica como:

“Un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades o una reputación derivadas específicamente de su lugar de origen. Por lo general, una indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos”.

Un ejemplo típico para la OMPI son los productos agrícolas que poseen cualidades derivadas de su lugar de producción y están sometidos a factores locales específicos como el clima y el terreno.

⁷ Anexo 3. Cuadro Resumen-Tratados-OMPI-Países seleccionados

El hecho de que un signo desempeñe la función de indicación geográfica depende de la legislación nacional y de la percepción que tengan de ese signo los consumidores. Las indicaciones geográficas pueden utilizarse para una amplia gama de productos agrícolas.

La OMPI considera a las indicaciones geográficas más que un nombre o un símbolo, como el reflejo de una reputación estrechamente vinculada a una zona geográfica, grande o pequeña, lo que les da un componente emocional. La reputación de una indicación geográfica es un bien colectivo, intangible. Si no se protege, podría ser utilizada sin restricciones, disminuiría su valor y finalmente acabaría perdiéndose.

Establece que las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas requieren la existencia de un vínculo cualitativo entre el producto al que se refieren y su lugar de origen. Ambas informan a los consumidores sobre el origen geográfico de un producto y una calidad o característica del producto vinculada a su lugar de origen. La diferencia fundamental entre las dos es que el vínculo con el lugar de origen debe ser más estrecho en el caso de la denominación de origen.

La calidad o las características de un producto protegido como denominación de origen deben ser exclusiva o esencialmente consecuencia de su origen geográfico. En general, esto significa que las materias primas deben proceder del lugar de origen y que el producto debe ser elaborado también allí. En el caso de las indicaciones geográficas, basta con que se cumpla un único criterio atribuible a su origen geográfico, ya sea una calidad u otra característica del producto, o sólo su reputación. Además, la producción de las materias primas y la elaboración o transformación de un producto con indicación geográfica no tienen que llevarse a cabo necesariamente en su totalidad en la zona geográfica definida.

Adicionalmente, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) y algunos tratados de libre comercio dentro del capítulo de propiedad intelectual, prevén la protección de las indicaciones geográficas.



III. Tratados Internacionales Multilaterales y Organizaciones Internacionales.

La protección internacional de las indicaciones geográficas también se ha incluido en acuerdos comerciales, como el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y los capítulos de propiedad intelectual de los tratados de libre comercio, así como en acuerdos bilaterales exclusivos para la protección de estas figuras jurídicas.

a) Acuerdo ADPIC.

El Acuerdo ADPIC⁸ constituye el Anexo IC al Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio (OMC). Este Acuerdo establece la siguiente definición para indicaciones geográficas: aquéllas que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio (indicación de procedencia), cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico (denominación de origen) (Artículo 22.1), misma que se asemeja más a la definición de denominación de origen que a la de una simple indicación de procedencia.

La protección otorgada en virtud de este Arreglo (Artículo 22.2) se refiere a que los miembros arbitrarían los medios legales para que las partes interesadas puedan: a) impedir la utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del

⁸ www.wto.org (Programa Doha. ADPIC)



producto y b) cualquier utilización que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido del Convenio de París.

Además, establece que cada Parte del Acuerdo podrá denegar o invalidar el registro de una marca de fábrica o de comercio que contenga o consista en una indicación geográfica respecto de los productos no originarios del territorio indicado, si el uso de tal indicación en la marca para esos productos en esa Parte es de tal naturaleza que induzca al público a error en cuanto al verdadero origen (Artículo 22.3).

La protección señalada será aplicable contra toda indicación geográfica que, aunque literalmente verdadera en cuanto al territorio, región o localidad de origen de los productos, dé al público una idea falsa de que éstos se originan en otro territorio.

En términos generales, el Acuerdo ADPIC establece una protección difícil de comparar con la del Convenio de París, el Arreglo de Madrid y el Arreglo de Lisboa de manera aislada. En cuanto al objeto (definición) este Arreglo es más específico que los convenios de París y Madrid, pero menos que el Arreglo de Lisboa, puesto que el ADPIC intenta dar una definición de indicación geográfica que englobe a las indicaciones de procedencia y a las denominaciones de origen.

El Acuerdo ADPIC incluye tanto las disposiciones del Convenio de París como las del Arreglo de Madrid, al establecer protección contra las indicaciones geográficas falsas (Convenio de París y Arreglo de Madrid) y las que pueden inducir al error (Arreglo de Madrid). Cabe destacar que este Acuerdo prevé el supuesto de que las indicaciones geográficas que sean literalmente verdaderas, en cuanto al territorio, región o localidad de origen de los productos, pueden dar al público una idea falsa de que éstos se originaron en otro territorio.



Asimismo, el Acuerdo ADPIC no establece una protección respecto a que la indicación pudiera convertirse en un genérico como el Arreglo de Madrid y el Arreglo de Lisboa, respectivamente.

Para efectos de este estudio, el Acuerdo sobre los ADPIC representa el instrumento multilateral más importante en esta materia, ya que todos los países seleccionados son miembros de ADPIC. Por otra parte, contiene disposiciones innovadoras ya que define el concepto de Indicación Geográfica y prevé que las Partes denegarán el registro de una marca de fábrica o de comercio que consista en una indicación geográfica si el uso de tal indicación en la marca para productos en esa Parte es de tal naturaleza que induzca al público a error en cuanto al verdadero origen (Artículo 22.3).

Este Acuerdo también establece una disposición especial para la protección de indicaciones geográficas de vinos y bebidas espirituosas, misma que obliga al establecimiento de los medios legales para impedir la utilización de una indicación geográfica que identifique productos de este género que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la indicación geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como "clase", "tipo", "estilo", "imitación" u otras análogas, tal como el Arreglo de Lisboa lo establece para las denominaciones de origen.

Con respecto a la observancia, el ADPIC se remite a la legislación nacional de cada país, de acuerdo con los principios y obligaciones generales establecidos en la Parte III del Acuerdo, correspondiente a la observancia de los derechos de propiedad intelectual.

En virtud de lo anterior y al considerar que el ADPIC cuenta con una gran extensión territorial, derivada de la gran cantidad de países miembros de la OMC, éste representa el instrumento multilateral que establece la protección más concreta para las indicaciones geográficas y de mayor alcance. Sin embargo, su aplicabilidad depende de las opciones de protección que ofrezcan las legislaciones o actas de implementación de cada país miembro.



La definición de Indicación Geográfica es la que han adoptado los países para proteger y reconocer las indicaciones geográficas. Las disposiciones de ADPIC son de observancia obligatoria y estricta.

Sin embargo, los países convienen en entablar negociaciones encaminadas a mejorar la protección de las indicaciones geográficas, irse actualizando con el tiempo y celebrar acuerdos bilaterales, regionales y multilaterales de libre comercio que dentro de su capítulo de propiedad intelectual prevén la protección y reconocimiento mutuo de las indicaciones geográficas.

b) Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC).

Es un foro multilateral que fue creado en 1989 con el propósito de coadyuvar para el crecimiento y la prosperidad de los países del Pacífico, incluyendo temas relacionados con el intercambio comercial, la coordinación económica y la cooperación regional.

Se puede considerar que APEC es un mecanismo de cooperación y concertación económica, orientado a la promoción y facilitación del comercio, las inversiones, la cooperación técnica y al desarrollo económico regional de los países y territorios de la cuenca del Pacífico, que en la actualidad integra a 21 economías⁹. México accedió al Foro en el año 1993.

El foro APEC no tiene un tratado formal y funciona con base en declaraciones y reglas no vinculantes, pero se incluyen temas aprobados por consenso en los distintos grupos de trabajo. Existe el denominado Grupo de Expertos en Propiedad Intelectual (Intellectual Property Experts Group-IPEG), en el que a propuesta

⁹ Adheridos en 1989: Australia, Brunei, Canadá, Indonesia, Japón, Corea del Sur, Malasia, Nueva Zelanda, Filipinas, Singapur, Tailandia y Estados Unidos de América; en 1991: China Taipei, Hong Kong, China y China; en 1993: México y Papúa Nueva Guinea; en 1994 Chile y en 1998: Perú, Rusia y Vietnam.



de México como "Economía Líder" se aprobó y elaboró un estudio/cuestionario sobre Indicaciones Geográficas, cuyos resultados, como era de esperarse, comprobaron los diferentes sistemas de las economías, ya sea a través de figuras jurídicas de Indicaciones Geográficas, Denominaciones de Origen, Marcas de Certificación, Marcas Colectivas y otros esquemas *sui generis*.

c) Organización Internacional de Indicaciones Geográficas. (ORIGIN).

ORIGIN es una Organización Internacional no gubernamental con sede en Ginebra, que se establece en el 2003 en respuesta a la creciente competencia desleal de Indicaciones Geográficas. Cuenta con una participación de 350 asociaciones de productores de diferentes países. Su objetivo es la promoción de una protección jurídica de Indicaciones Geográficas a nivel nacional, regional e internacional. Son miembros de esta Organización: Productores de la Papa IDAHO de EEUU, del vino NAPA VALLEY; De México el Consejo Regulador del Tequila y el del Mezcal; El del queso Comté y Roquefort de Francia, Manchego de España y Parmesano Reggiano de Italia; de Reino Unido los productores de Scotch Whisky.

d) Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Con relación con los tratados de libre comercio regionales, se encuentra el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), suscrito por **México, Estados Unidos y Canadá, en 1994.**

El TLCAN establece, dentro del Capítulo sobre propiedad intelectual, una definición sobre las indicaciones geográficas, como cualquier indicación que identifica un producto como originario del territorio de una de las Partes o de una región o localidad de ese territorio, en casos en que determinada calidad, reputación u otra características



del producto se atribuyan esencialmente a su origen geográfico (Artículo 1721).

La protección establecida en relación con las indicaciones geográficas se refiere a que las Partes proveerán los medios legales para que las personas interesadas puedan impedir: a) el uso de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de un territorio, región o localidad distinta al verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto y; b) cualquier otro uso que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido que establece el Artículo 10bis del Convenio de París (Artículo 1712.1).

Asimismo, prevé que los Miembros se negarán a registrar o anularán el registro de una marca que contenga o consista en una indicación geográfica respecto de productos que no se originen en el territorio, región o localidad indicada, si el uso de tal indicación en la marca para esos productos es de naturaleza tal, que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto (Artículo 1712.2). Esta disposición, en consecuencia, permite la posibilidad de proteger una indicación geográfica como marca.

Así, el TLCAN ofrece una protección similar a la del Acuerdo ADPIC contra las indicaciones geográficas falsas y las que pueden inducir al error y en este último caso, también incorpora el supuesto de que la indicación geográfica indique de manera correcta el territorio, región o localidad en que se originen los productos (ADPIC: literalmente verdadera en cuanto al origen geográfico), proporcione al público una idea falsa de que éstos se originan en otro territorio.

Asimismo, por un lado, este tratado, al igual que el Acuerdo ADPIC, no prevé una disposición respecto de la utilización de la indicación acompañada de expresiones tales como "genero", "tipo", "imitación" u otras similares, y sobre la protección de que la indicación pudiera convertirse en un genérico, expresamente indicando que ninguna de las Partes estará obligada a proteger una indicación geográfica, si ésta es idéntica al nombre acostumbrado en el lenguaje común del



territorio de esa Parte para los bienes a que se aplica la indicación (Artículo 1712.6), y por otro lado no prevé disposiciones específicas para indicaciones geográficas de vinos y licores.

No obstante, el Artículo 1712.4 del TLCAN establece que las disposiciones para la protección de las indicaciones geográficas podrá interpretarse en el sentido de obligar a una Parte a impedir el uso continuo y similar de una determinada indicación geográfica de otra Parte en relación con productos en el territorio de esa Parte, a sus nacionales o los domiciliados de esa Parte que hayan usado esa indicación geográfica en el territorio de esa Parte de manera continua, en relación con los mismos productos u otros relacionados, en los siguientes casos: a) por lo menos diez años o, b) de buena fe, antes de la firma de ese tratado.

En este sentido, ninguna Parte podrá establecer medidas en perjuicio de la posibilidad de obtener un registro de marca, o la validez del mismo, o del derecho a usar una marca, con base en que dicha marca sea idéntica o similar a una indicación geográfica, cuando los derechos de una marca se hayan adquirido mediante su uso de buena fe: a) antes de la fecha en que se apliquen estas disposiciones en esa Parte, o b) antes de que la indicación geográfica estuviera protegida en la Parte de origen (Artículo 1712.5).

Por otro lado y por la dificultad en la negociación del tema de indicaciones geográficas, debido a la existencia de diferentes sistemas de protección entre los tres países, se acordó incluir el anexo 313 del TLCAN relativo a los productos distintivos de cada parte. Así, se establece que Estados Unidos y Canadá reconocerán al Tequila y Mezcal como productos originarios de México y, en consecuencia, no permitirán la venta de ningún producto como Tequila y/o Mezcal, a menos de que se hayan elaborado en México, de acuerdo con las leyes y reglamentaciones de nuestro País, relativas a la elaboración de estos productos.

Es importante mencionar que en el TLCAN, por primera vez en tratados internacionales, se contempla la figura de "productos distintivos", que solo existe como tal en muy pocos tratados a nivel multilateral, regional, trilateral o bilateral.

Con respecto a la observancia, el TLCAN como el Acuerdo ADPIC, se remiten a la legislación nacional de cada país, de acuerdo a los principios y obligaciones generales establecidos en la sección correspondiente a la observancia de los derechos de propiedad intelectual.

e) Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ANSEA): Acuerdo Marco ANSEA sobre Cooperación en Propiedad Intelectual¹⁰.

La Asociación de Naciones del Sureste Asiático (ANSEA) se estableció en 1967 con los objetivos de acelerar el crecimiento económico, el progreso social y el desarrollo cultural en la región, y promover la paz y la estabilidad.

A sus seis miembros originales –Brunei Darussalam, Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur y Tailandia–, se sumaron más adelante Camboya, Laos, Myanmar y Vietnam. Adicionalmente, el 1 de enero de 1993 entró en vigor su Área de Libre Comercio.

El 15 de diciembre de 1995 se firmó en Bangkok, Tailandia, el Acuerdo Marco ANSEA sobre Cooperación en Propiedad Intelectual. En este instrumento las partes se comprometen a fortalecer la cooperación en dicha área, contribuyendo a la liberalización comercial a nivel regional y global. La cooperación se promoverá tanto entre agencias gubernamentales como en el sector privado y entre cuerpos profesionales de ANSEA.

Existe también el compromiso de explorar formas de cooperación al interior de ANSEA que fomenten la solidaridad dentro de la asociación, así como las posibilidades de establecer sistemas de patentes y de marcas comunes para ANSEA, incluyendo sus respectivas oficinas. Habrá consultas para desarrollar los sistemas de propiedad intelectual de los miembros, con miras a establecer

¹⁰ <http://www.aseanip.org/About-Us/ASEAN-Framework-Agreement-on-Intellectual-Property-Cooperation>



estándares para la asociación que correspondan con los internacionales.

De acuerdo con el Art. 3 del Acuerdo, la cooperación abarcará los campos de derechos de autor y derechos relacionados, patentes, marcas, diseños industriales, indicaciones geográficas, información confidencial y diseños de circuitos integrados.

Las actividades de cooperación incluirán aquellas que fortalezcan la aplicación y protección de la propiedad intelectual, que refuercen la administración de la propiedad intelectual en la asociación, que mejoren la legislación al respecto, que promuevan el desarrollo de los recursos humanos, la cooperación entre el sector privado, la consciencia del público en general, el intercambio de información, y aquellas que determinen los miembros.

Siguiendo lo provisto por este Acuerdo, en 1996 se formó el Grupo de Trabajo ANSEA sobre Cooperación en Propiedad Intelectual (AWGIPC), que es responsable de los asuntos de este tema en la región, y está integrado por las oficinas de propiedad intelectual de los Estados miembros de ANSEA.

AWGIPC busca que la región sea competitiva e innovadora por medio de la propiedad intelectual de sus habitantes, y asegurar que se mantenga como un actor activo en la comunidad internacional de la propiedad intelectual.

Todo esto bajo la premisa de que los derechos de propiedad intelectual estimulan la creatividad y la innovación, que a su vez impulsan el desarrollo industrial, que conlleva al desarrollo. Así, AWGIPC concierta esfuerzos para mejorar los regímenes y políticas sobre propiedad intelectual en la región.

f) Mercado Común del Sur (Mercosur): Tratado de Asunción.

El Tratado de Asunción fue firmado el 26 de marzo de 1991, y en esa fecha se establece que debería de estar conformado el 31 de diciembre de 1994.

El Mercosur integrado inicialmente por la República Argentina, la República Federativa de Brasil, la República del Paraguay y la República Oriental del Uruguay.



Están en proceso de integración la República Bolivariana de Venezuela y el Estado Plurinacional de Bolivia. Asimismo, tiene como Estados Asociados a Chile, Colombia, Perú, Ecuador, Guyana y Surinam.

En este marco de asociación, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay, el 5 de agosto de 1995 firmaron el "Protocolo de Armonización de Normas sobre Propiedad Intelectual en el Mercosur, en materia de Marcas, Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen", mismo que será parte integrante del Tratado de Asunción.

Este Protocolo menciona que las reglas y principios que se establezcan deben conformarse de acuerdo a las normas fijadas en los instrumentos multilaterales existentes a nivel internacional y en particular el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y el Acuerdo sobre los Aspectos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC-OMC).

En su artículo 1º este Protocolo establece que los Estados Partes garantizarán una protección efectiva a la propiedad intelectual en materia de marcas, indicaciones de procedencia y denominaciones de origen. Sin embargo, podrán conceder una protección más amplia, siempre que no sea incompatible con las normas y principios de tratados mencionados.

Destacan algunos conceptos en este Protocolo:

En el inciso 2) se establece que "Las marcas podrán consistir en Indicaciones Geográficas nacionales o extranjeras, siempre que no constituyan indicaciones de procedencia o una denominación de origen".

En el artículo 19 inciso 2) Se considera Indicación de Procedencia, el nombre geográfico del país, ciudad, región o localidad de su territorio, que sea conocido como centro de extracción, producción o fabricación de determinado producto o de prestación de determinado servicio.

En el inciso 3) de ese mismo artículo. Se considera Denominación de Origen, el nombre geográfico de país, región o localidad de su territorio que designe productos o servicios cuyas cualidades o



características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, incluidos factores humanos.

El artículo 25 establece que las controversias que surgieren entre los Estados Parte en relación a la aplicación, interpretación o cumplimiento de las disposiciones del Protocolo, serán resueltas mediante negociaciones diplomáticas directas. Si mediante tales negociaciones no se llegara a un acuerdo o si esa controversia fuera solucionada solo en parte, se aplicarán los procedimientos previstos en el sistema de solución de controversias vigente en el Mercosur.

g) Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

La Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) es una organización internacional creada en 2008 como impulso a la integración regional en materia de energía, educación, salud, ambiente, infraestructura, seguridad y democracia.

Sus esfuerzos están encaminados a profundizar la unión entre las naciones suramericanas, bajo el reconocimiento de sus objetivos regionales, fortalezas sociales y recursos energéticos.

La República Argentina, el Estado Plurinacional de Bolivia, la República Federativa del Brasil, la República de Colombia, la República de Chile, la República del Ecuador, la República Cooperativa de Guyana, la República del Paraguay, la República del Perú, la República de Surinam, la República Oriental del Uruguay y la República Bolivariana de Venezuela son sus doce Estados miembros.

A la fecha y en la documentación consultada en su página web¹¹ no se encuentran disposiciones o acuerdos relacionados con la protección intelectual referida a Indicaciones Geográficas, Indicaciones de Procedencia, Denominaciones de Origen o alguna otra figura de protección.

h) Acuerdo para una Asociación Económica Comprehensiva entre Japón y los Miembros de ANSEA¹².

¹¹ <http://www.unasur.org/>

¹² http://www.fta.gov.sg/fta_ajcep.asp?hl=38

Este Acuerdo, con respecto a propiedad intelectual, establece de acuerdo con el Artículo 53, que representa uno de los campos sobre los que se van a desarrollar las actividades de cooperación económica entre las partes, basándose en el beneficio mutuo.

IV. Tratados Internacionales bilaterales

La conclusión de acuerdos bilaterales entre dos Estados es otra posibilidad para proteger las indicaciones geográficas. Varios países han concertado acuerdos de este tipo, con el objeto de asegurar la protección de las indicaciones geográficas - denominaciones de origen e indicaciones de procedencia- nacionales en los países en los que se tenga un interés particular, por la comercialización de productos amparados por éstas. Como ejemplo histórico de estos acuerdo se puede citar el concluido entre Alemania y Francia sobre la protección de las indicaciones de procedencia, denominaciones de origen y otras denominaciones geográficas del 8 de marzo de 1960 y el Acuerdo entre México y la Unión Europea concerniente al Reconocimiento Mutuo y la Protección de las Denominaciones en el Sector de las Bebidas Espirituosas de 1997.

Generalmente, estos acuerdos consisten en listados de indicaciones geográficas elaborados por las partes contratantes y en un compromiso para proteger las indicaciones geográficas de las respectivas Partes contratantes. Asimismo, en esos acuerdos se especifica normalmente el tipo de protección que se concede.

En estos Tratados existe un Capítulo de Propiedad Intelectual, en el que se establecen e incluyen disposiciones de reconocimiento y protección entre otros, de Marcas colectivas, Marcas de Certificación e Indicaciones Geográficas.

- a) Acuerdo entre México y la Unión Europea concerniente al Reconocimiento Mutuo y la Protección de las Denominaciones en el Sector de las Bebidas Espirituosas



El Acuerdo entre México y la Unión Europea concerniente al Reconocimiento Mutuo y la Protección de las Denominaciones en el Sector de las Bebidas Espirituosas de 1997, consta de 22 artículos y dos anexos que contienen los listados del nombre genérico de los productos y las denominaciones en el sector de las bebidas espirituosas que se protegerán en ambas Partes.

El Artículo 2 del Acuerdo define los siguientes términos: "bebida espirituosa originaria de", "designación", "etiquetado", "presentación" y "embalaje". En este punto es importante destacar que por "bebida espirituosa de", se entiende (seguido del nombre de una de las Partes) una bebida espirituosa que figura en los Anexos y que haya sido elaborada en el territorio de dicha Parte contratante.

Es importante notar que el Acuerdo no establece ninguna definición sobre "denominación". Sin embargo, queda entendido que este término se asemeja al de "indicación geográfica", pero únicamente en lo que compete a las bebidas espirituosas, ya que por un lado, en la definición de "bebida espirituosa" se hace alusión al origen geográfico de la misma y por el otro, dentro del listado figuran denominaciones de origen previamente reconocidas y protegidas por las Partes y en algunos casos, protegidas también, por el Arreglo de Lisboa.

El alcance de la protección de este Acuerdo contempla dos aspectos muy importantes: el primero se refiere a la obligación de ambas Partes de reconocer como originarios de esas Partes en dos listados (mexicanos y europeos) de denominaciones utilizadas para amparar bebidas espirituosas; el segundo, refiere al compromiso de las Partes de impedir la comercialización de bebidas espirituosas amparados por las denominaciones protegidas que no sean originarias de las Partes.

Es importante señalar que la disposición contenida en el Artículo 5 es similar a la establecida en el Artículo 23. 1 del Acuerdo ADPIC para las indicaciones geográficas para vinos y bebidas espirituosas,

pero cuyo alcance es mayor al referirse al supuesto de que la denominación esté acompañada de signos gráficos y no sólo de expresiones.

Asimismo, el Acuerdo permitirá (Artículo 9) la adopción de medidas necesarias contra la exportación y comercialización de bebidas espirituosas para garantizar que las denominaciones protegidas de ambas Partes no sean utilizadas fuera de sus territorios para designar o presentar una bebida espirituosa amparada por una denominación.

También, se prevé (Artículo 11) la aplicación de medidas administrativas o el inicio de procedimientos judiciales necesarios, a efecto de combatir la competencia desleal o impedir cualquier otro modo de uso alusivo del nombre protegido, si la designación o la presentación de una bebida espirituosa incumple los términos del Acuerdo.

Por otro lado, cada Parte (Artículo 14) podrá designar organismos responsables del control de la aplicación del Acuerdo y dichos organismos podrán intercambiar información, en el supuesto de que uno de ellos tuviera motivos para sospechar el no cumplimiento del Acuerdo por una de las Partes.

Asimismo, en el Artículo 16 del Acuerdo se prevé la celebración de consultas entre las Partes en caso de que una de ellas considere que la otra no ha cumplido con las obligaciones del Acuerdo y en el Artículo 17 se establece la creación de un Comité mixto para velar su correcto funcionamiento.

Las bebidas espirituosas que figuran en el Anexo 1 de dicho tratado¹³ son originarias de la Unión Europea y éstas en México sólo podrán ser utilizadas en las condiciones previstas en la legislación y reglamentación de la Unión Europea. Las bebidas espirituosas – Tequila y Mezcal–, originarias de México están contenidas en el Anexo II y éstas sólo podrán ser utilizadas en la Unión Europea bajo

¹³ www.economia.gob.mx/comunidad-negocios/comercio-exterior/tlc-acuerdos/europa



las condiciones previstas en la legislación y reglamentación de México.

Una ventaja muy importante de este Acuerdo es la de prever el reconocimiento de denominaciones previamente protegidas en las Partes y la posibilidad de incluir nuevas denominaciones que se protejan de conformidad con las legislaciones nacionales, ya que esto elimina los problemas que pudieran derivarse de la terminología "denominaciones de origen", "denominaciones", "indicaciones de procedencia" e "indicaciones geográficas" para bebidas espirituosas.

Este Acuerdo garantiza para México el uso exclusivo y por ende, la comercialización exclusiva en el mercado europeo de las bebidas amparadas por las denominaciones de origen Tequila y Mezcal.

Así, la protección a estas denominaciones se amplía de tal forma que, para México, Tequila y Mezcal cuenta con reconocimiento y protección en todos los países miembros de la Unión Europea, adicionalmente a los países miembros del Arreglo de Lisboa y a Estados Unidos y Canadá en el marco del TLCAN, lo que significa la extensión territorial en que estas denominaciones de origen son reconocidas y protegidas a la fecha.

b) Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón.

Este Acuerdo se firmó el 17 de Septiembre del 2004 y entró en vigor el 1 de Abril del 2005. Establece en su Artículo 144 a la propiedad intelectual (PI) como un factor de competitividad en la economía. En este Acuerdo se pactó una cooperación en materia de propiedad intelectual, la cual incluye el intercambio de información sobre:

(a) actividades para crear conciencia en el público sobre la importancia de la protección de la PI, y la utilidad de los sistemas de protección de la PI para sus respectivos nacionales;



- (b) mejora de los sistemas de protección de la PI y su operación;
- (c) medidas de política conducentes a asegurar la adecuada aplicación de los derechos de PI; y
- (d) automatización de los procesos administrativos de la autoridad en materia de PI para aumentar su eficiencia.

Asimismo, en el Anexo 3 de dicho Acuerdo se establecieron las Indicaciones Geográficas a proteger, que serían las bebidas espirituosas siguientes¹⁴.

En el caso de Japón: Iki, Kuma y Ryukyu como se especifica de conformidad con las leyes y reglamentaciones existentes de Japón.

En el caso de México: Tequila y Mezcal como se especifica de conformidad con las leyes y reglamentaciones existentes de México.

c) Tratado de Libre Comercio entre Perú y los Estados Unidos de América.

Este tratado entra en vigor el 7 de Febrero del 2009 y entre sus disposiciones principales en materia de indicaciones geográficas se encuentra la de que cada parte se reconocerá marcas colectivas y de certificación e incluso cualquier signo distintivo que sirva en el comercio como Indicación Geográfica (Artículo 16.2.2).

Asimismo, se establece la definición de Indicación Geográfica como originaria del territorio de una parte o región o localidad de dicho territorio cuando determinada calidad, reputación o característica sea atribuible a su lugar de origen, así como cualquier signo distintivo o combinación de signos determinado por las partes como Indicación Geográfica.

¹⁴ www.sice.oas.org/agreements



Si una parte solicita reconocimiento y protección de Indicaciones Geográficas a través del Sistema de Marcas u otro (Artículo 16.3), las partes contratantes lo harán con mínimas formalidades y procedimientos. En caso de prever procedimientos de oposición, éstos deben ser específicos.

Las partes podrán negar el reconocimiento y protección de indicaciones geográficas si: a) La Indicación Geográfica es semejante en grado de confusión con una marca de buena fe que esté en trámite de registro y, b) La Indicación geográfica sea semejante en grado de confusión a una marca protegida conforme a la legislación aplicable en el territorio de la otra parte.

Perú reconoce al Bourbon Whiskey y Tennessee Whiskey como productos distintivos de EEUU. No permitirá la venta de dichos productos si no son producidos bajo las leyes de EEUU y en su territorio. EEUU reconoce al Pisco¹⁵ como producto distintivo y tampoco permitirá su venta sino es producido en Perú.

d) Acuerdo de Promoción Comercial entre Colombia y los Estados Unidos de América.

Este tratado entra en vigor el 15 de Mayo del 2012, y entre sus principales disposiciones se encuentra la cláusula de propiedad intelectual (Capítulo 16) en la cual establece en materia de indicaciones geográficas que cada parte se reconocerá marcas colectivas y de certificación. Se deberá implementar un sistema electrónico (base de datos para el registro y mantenimiento de estas marcas).

Las partes contratantes deberán prever un procedimiento específico de protección y denegación de Indicaciones Geográficas.

¹⁵ Producto obtenido por la destilación de uvas fermentadas utilizando métodos tradicionales.

e) Tratado de Libre Comercio entre Australia y los Estados Unidos de América.

Este tratado entró en vigor para las partes el 1 de enero del 2005. En dicho tratado se prevé un capítulo especial de Propiedad Intelectual en el que se contemplan las marcas colectivas, las marcas de certificación y las indicaciones geográficas.

Se establece que las partes deberán otorgar una protección coercitiva y extensiva en propiedad intelectual en sus territorios (Artículo 17.1).

Asimismo, las partes reconocerán las marcas colectivas y de certificación, e incluso si una indicación geográfica se protege bajo alguna de estas figuras como marca.

Se protegerán las marcas registradas y los derechos exclusivos del titular de una marca registrada frente a un tercero que pretenda hacer uso de dicha marca idéntica o semejante sin consentimiento del titular o **de indicaciones geográficas**, que sean aplicadas a los mismos productos o servicios.

Se define que las indicaciones geográficas ¹⁶pueden ser marcas (signo, combinación de signos, palabras, nombres geográficos, letras, números, elementos figurativos, colores, incluyendo un solo color) cuando éstas sean capaces de identificar un **producto** originado en el territorio de una de las partes, o región o localidad, cuando la calidad, reputación u otra característica del **producto** sea esencialmente atribuible a su origen geográfico.

¹⁶ 17-5A "geographical indication shall be capable of constituting a mark to the extent that the geographical indication consists of any sign, or any combination of signs (such as words, including geographic and personal names, as well as letters, numerals, figurative elements and colours, including single colours), capable of identifying a good as originating in the territory of a Party, or a region or locality in that territory, where a given quality, reputation, or other characteristic of the good is essentially attributable to its geographical origin.

Para la observancia, las partes se remiten a la legislación y procedimientos civiles y penales nacionales, no obstante existen reglas para dicha observancia (Artículo 17.11).

f) Tratado de Libre Comercio Estados Unidos de América-Singapur¹⁷.

Este tratado, que entró en vigor en 2004, aborda el tema de propiedad intelectual en su Capítulo 16. Con respecto a marcas e indicaciones geográficas, en su Art. 16.2, se acuerda que las marcas incluyen las marcas de servicio, marcas colectivas, marcas de certificación, y pueden abarcar también indicaciones geográficas.

Las partes no pedirán como requisito para su registro que los signos (en los que consiste la marca) sean perceptibles visualmente, además de que harán el mayor esfuerzo posible para que las marcas olfativas puedan registrarse.

En ese mismo artículo se dispone que exista un procedimiento de oposición en el registro de marcas. Asimismo, existirán excepciones limitadas a los derechos otorgados por una marca. Las partes proveerán al titular de esta figura el derecho exclusivo de prevenir que terceros sin su autorización, en el curso del comercio, usen signos idénticos o similares, incluyendo indicaciones geográficas, sobre bienes o servicios relacionados a aquellos para los que la marca fue registrada, dado que dicho uso pueda generar confusión.

Adicionalmente, se establece que el Art. 6*bis* del Convenio de París aplique para bienes o servicios que no sean similares a aquellos identificados por una marca conocida, registradas o no, cuando el uso de la marca sobre estos productos o servicios pueda indicar una relación entre ellos y el titular de la marca y se pueda causar daño a sus intereses.

Se acuerda también que, en el sentido del Art. 20 del Acuerdo ADPIC, las disposiciones para el uso de términos comúnmente empleados como nombre común de productos, no dañen el uso o efectividad de una marca usada en relación con esos productos.

¹⁷ http://www.fta.gov.sg/fta_ussfta.asp?hl=13



Con respecto a indicaciones geográficas, para que puedan constituir una marca, deben consistir en un signo o combinación de signos capaces de identificar bienes o servicios como originarios del territorio de una parte, o una región en ese territorio, donde cierta calidad, reputación u otra característica del bien o servicio es esencialmente atribuible a su origen geográfico.

g) Acuerdo entre los Estados Unidos de América y la Unión Europea sobre el Comercio de Vinos.

Este Acuerdo se publicó el 24 de Marzo del 2006 en la Gaceta de la Unión. Establece básicamente el reconocimiento de los "Nombres de Origen" en vinos de ambas partes, detallándolos en el mismo.¹⁸

Este Acuerdo sólo es para efectos de establecer los nombres de origen de vinos de países de la Unión Europea. Ejemplo de algunos nombres de origen francés de vinos:

Blanc Fumé de Pouilly
Blanquette de Limoux
Blaye
Bonnezeaux
Bordeaux Côtes de Francs
Bordeaux Haut-Benauge
Bourg
Bourgeais
Bourgueil
Bouzeron
Buzet Cérons
Chablis Grand Cru, *seguida o no del nombre de una unidad geográfica menor*
Chablis (*), *seguida o no del nombre de una unidad geográfica menor*
Chambertin Clos de Bèze
Champagne (*)
Chapelle-Chambertin
Charlemagne
Chassagne-Montrachet Côte

¹⁸ www.ec.europa.eu/health/files. Acuerdo con la lista de los nombres de origen de vinos de la UE y EEUU.



Ejemplo de nombres de origen del Distrito de Washington, en los Estados Unidos de América:

Adams County (Columbia Valley)
Benton County (Red Mountain, Yakima Valley, Columbia Valley,
Horse Heaven Hills)
Calallam County (Puget Sound)
Chelan County (Columbia Valley)
Columbia County (Columbia Valley)
Douglas County (Columbia Valley)
Fery County (Columbia Valley)

h) Acuerdo entre Japón y la República de Singapur para una Asociación Económica Moderna¹⁹.

Uno de los medios provistos por el Acuerdo para Una Asociación Económica Moderna para facilitar, promover y liberalizar un ambiente estable para la actividad económica entre ambos socios consiste, de acuerdo con el Art. 1, la cooperación en el ámbito de la propiedad intelectual.

En el sentido del Art. 72 se reconoce a los derechos de propiedad intelectual, incluyendo marcas, patentes, indicaciones geográficas e indicaciones de procedencia, entre otros, como inversiones; es decir, activos que pertenecen a un inversionista o son de su control directo o indirecto.

Al respecto, en el Art. 73 cada parte acuerda dar trato nacional en su territorio a los inversionistas de la otra parte así como a sus inversiones. No obstante, el Art. 86 se indica que dicha provisión se aplicará en la medida que corresponda con lo establecido en el Acuerdo ADPIC.

Debido a la importancia de la propiedad intelectual y su protección, de acuerdo con el Art. 96, las partes promoverán la cooperación en

¹⁹ http://www.fta.gov.sg/fta_jsepa.asp?hl=7



este ámbito, que puede abarcar, entre otros derechos, marcas y derechos relacionados, represión de la competencia desleal, así como la gestión, registro y explotación. Esta cooperación puede llevarse a cabo en forma de intercambio de información y experiencias, realización de actividades conjuntas.

Del mismo modo, siguiendo el Art. 97, se establece un Comité Mixto sobre la materia, que supervisa y examina la cooperación, asesora sobre la aplicación de los Artículos relacionados, considera y recomienda nuevas esferas para cooperar. Está formado por integrantes de las respectivas oficinas de propiedad intelectual.

i) Acuerdo entre Japón y Australia para una Asociación Económica²⁰.

Este Acuerdo fue firmado el 8 de julio de 2014. En su Art. 14.2, se reconoce a la propiedad intelectual como una de las formas que puede tomar una inversión, que se define como todo activo poseído o controlado por un inversionista, que entre sus características incluye el empeño de capital u otros recursos, la expectativa de beneficios y el asumir riesgo.

A su vez, la propiedad intelectual es entendida, según el Art. 16.2, como derechos de autor y otros derechos que incluyen marcas, indicaciones geográficas, diseños industriales, patentes, entre otros. El Acuerdo provee trato nacional tanto para las inversiones (Art. 14.3) como para la protección de propiedad intelectual (Art. 16.3).

Cabe mencionar que el Art. 14.11, que se refiere a expropiaciones y compensaciones, no aplicará para la emisión de licencias compulsorias otorgadas en relación con derechos de propiedad intelectual de acuerdo con el Acuerdo ADPIC, ni para la revocación, limitación o creación de derechos de propiedad intelectual, mientras

²⁰ <http://www.dfat.gov.au/fta/jaepa/>



sean consistentes con lo provisto en el capítulo sobre propiedad intelectual del Acuerdo de Asociación Económica.

El Art. 16.1 abre dicho capítulo estableciendo que las partes garantizarán una protección adecuada, efectiva y no discriminatoria de la propiedad intelectual. También promoverán la eficacia y transparencia en sus respectivos sistemas en la materia, y tomarán medidas para ejercer apropiadamente los derechos de propiedad intelectual contra cualquier violación.

Con respecto a indicaciones geográficas (Art. 16.10), las partes reconocen que su protección puede proveerse mediante el régimen de marcas u otros medios legales. En ese sentido, la relación entre marcas e indicaciones geográficas debe concordar con el Acuerdo ADPIC. Además, deben asegurar medidas de protección que sean transparentes, disponibles y comprensibles para el público.

Adicionalmente, el Art. 16.15 establece que habrá protección efectiva contra actos de competencia injusta, en el sentido de lo establecido por el Convenio de París. En el Art. 16.21 se provee la creación del Subcomité de Propiedad Intelectual, que monitoreará la aplicación del capítulo, revisará la cooperación en la materia y discutirá temas relacionados con propiedad intelectual. Cuestiones sobre indicaciones geográficas pueden tratarse en este foro.

j) Acuerdo entre Japón y la República Socialista de Vietnam para una Asociación Económica²¹.

Uno de los objetivos de este Acuerdo es asegurar la protección de la propiedad intelectual y promover la cooperación en este ámbito. Una de las formas de esta cooperación se encuentra en el Art. 43, referente a intercambio de información sobre exportaciones e importaciones de bienes que se sospecha que violan derechos de propiedad intelectual.

²¹ <http://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/vietnam/epa0812/index.html>



De acuerdo con el Art. 80, las partes concuerdan en garantizar una protección apropiada, efectiva y no discriminatoria, de la propiedad intelectual, promoviendo también la eficacia y transparencia de sus respectivos sistemas, y tomando las medidas debidas y eficientes contra violaciones de derechos de propiedad intelectual. Reiteran su cooperación en este tema, siempre de acuerdo con sus leyes y reglamentaciones propias.

La propiedad intelectual en este tratado abarca tanto derechos de autor, como patentes, diseños industriales, marcas, indicaciones geográficas y nuevas variedades de plantas. Con respecto a la propiedad intelectual, los Art. 81 y 82 proveen trato nacional y trato de nación más favorecida.

De acuerdo con los Art. 88 y 91 respectivamente, las partes se comprometen a asegurar la protección adecuada y efectiva de marcas e indicaciones geográficas, con sus leyes y reglamentaciones, y siempre concordando con lo provisto en el Acuerdo ADPIC.

El Art. 92 establece que las partes otorgarán protección efectiva contra actos de competencia injusta, definidos como cualquier acto de competencia contrario a prácticas honestas en el ámbito industrial o comercial.

Se establece, bajo lo provisto en el Art. 97, un Subcomité sobre Propiedad Intelectual, que se encargará de monitorear la implementación del capítulo relativo a propiedad intelectual, así como discutir temas relacionados con propiedad intelectual y, entre otros, asuntos sobre marcas y sobre indicaciones geográficas.

k) Acuerdo entre Japón y Brunei Darussalam para una Asociación Económica²².

²² <http://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/brunei/epa0706/index.html>



En este instrumento, una de las formas previstas para la cooperación de ambas partes, según el Art. 53, consiste en el intercambio de información, de acuerdo con sus propias legislaciones, con respecto a exportaciones e importaciones de productos sospechosos de violar derechos de propiedad intelectual.

La propiedad intelectual también es reconocida como una forma de inversión de acuerdo con el Art. 56, es decir, como un activo que pertenece a un inversionista o es controlado de manera directa o indirecta por él. Con respecto a las inversiones, se establecen el trato nacional y el trato de nación más favorecida, según se dispone en los Art. 57 y 58.

Abordando específicamente la propiedad intelectual, el Art. 97, las partes se comprometen a esforzarse en la mejora de sus sistemas de protección, cumplir las obligaciones a las que se sumaron en los acuerdos internacionales sobre la materia que han suscrito, así como hacer lo posible por adherirse a aquellos instrumentos de los que no son parte.

Asimismo, las partes concuerdan en asegurar que sus procedimientos administrativos respecto a propiedad intelectual sean transparentes y racionalizados, así como la adecuada y efectiva aplicación de los derechos de propiedad intelectual.

l) Acuerdo entre el Gobierno de Japón y el Gobierno de Malasia para una Asociación Económica²³.

Entre los objetivos de este instrumento, se encuentra la protección de la propiedad intelectual y la promoción de la cooperación en este ámbito. A la propiedad intelectual se le concibe, de acuerdo con el Art. 74, como una inversión, e incluye tanto marcas como indicaciones de procedencia e indicaciones geográficas.

²³ http://www.miti.gov.my/cms/content.jsp?id=com.tms.cms.section.Section_5451c5df-c0a8156f-2af82af8-a1ebb9df



De acuerdo con los Art. 75 y 76, las partes convienen dar trato nacional y trato de nación más favorecida a inversiones e inversionistas de la otra, además de otorgarles un trato justo, equitativo y pleno en seguridad y protección, como dispone el Art. 77. No obstante, los Art. 75 y 76 no aplicarán a ninguna medida provista en las excepciones o derogaciones de las obligaciones bajo los Art. 3 y 4 del Acuerdo ADPIC.

Con respecto al capítulo de propiedad intelectual, las partes acuerdan que garantizarán la protección adecuada, efectiva y que no sea discriminatoria; que en la administración de su sistema habrá eficacia y transparencia, y que se tomarán medidas para aplicar estos derechos contra cualquier violación, según lo dispuesto en el capítulo y los acuerdos a los que estén suscritas las partes.

La propiedad intelectual comprendida por este Acuerdo abarca patentes, diseños industriales, marcas para bienes y servicios, derechos de autor y derechos relacionados, así como nuevas variedades de plantas. En el capítulo, por lo tanto, a diferencia del Art. 74, no hay una mención directa a las indicaciones geográficas. El Art. 114 provee trato nacional con respecto a propiedad intelectual, y de acuerdo con los Art. 3 y 5 del Acuerdo ADPIC. Por su parte, el Art. 115 hace lo propio para el trato de nación más favorecida, que concuerde con lo dispuesto en los Art. 4 y 5 de ADPIC.

El Acuerdo hace referencia a las marcas en su Art. 121, se acuerda asegurar al titular de una marca registrada el derecho exclusivo a la prevención de que, sin su autorización, se utilice un signo idéntico o similar para bienes o servicios idénticos o similares a aquellos para los que dicha marca se ha registrado.

Del mismo modo, se negará o cancelará el registro a una marca que, siendo idéntica a otra bien conocida en los países como atribuible a los bienes o servicios de su propietario, sea usada con fines injustos, ya sea para obtener ganancias injustas o causar daño al propietario de la marca conocida.

Lo establecido en el párrafo anterior complementa lo dispuesto en el Art. 124, por el que las partes acuerdan proveer una protección efectiva contra la competencia injusta. Toda actividad contraria a las prácticas honestas de la industria y el comercio constituyen competencia injusta. Especialmente, se deben prohibir actos y apelaciones que puedan generar confusión sobre los productos o servicios que usan la marca, o que causen desprestigio. Cada parte debe establecer los medios apropiados para prevenir o sancionar la competencia injusta.

Se dispone en el Art. 128 que ambas partes cooperarán en el ámbito de propiedad intelectual. En ese sentido, el Art. 129 establece un Subcomité sobre esta materia, que revisará la implementación del respectivo capítulo y, además, discutirá temas relativos a propiedad intelectual.

m) Acuerdo entre Nueva Zelanda y Singapur sobre una Asociación Económica más Cercana²⁴.

En el Art. 57 del Acuerdo, referente a propiedad intelectual, las partes únicamente convienen en que sea el Acuerdo ADPIC el instrumento que rija cualquier asunto relacionado con propiedad intelectual que emerja a raíz de este Tratado.

n) Tratado de Libre Comercio Singapur-Australia²⁵.

El capítulo 13 de este tratado se refiere a la propiedad intelectual. En el Art. 1 de esta sección, define que los derechos de propiedad intelectual se refieren a derechos de autor y derechos relacionados, patentes, marcas, diseños industriales, indicaciones geográficas, y demás derechos según lo previsto en el Acuerdo ADPIC.

²⁴ http://www.fta.gov.sg/fta_anzscep.asp?hl=9

²⁵ http://www.fta.gov.sg/fta_safta.asp?hl=4



Asimismo, en el Art. 10 se establece que las partes tomarán medidas para evitar la exportación de productos que infrinjan derechos de autor o marcas, bajo sus propias reglamentaciones, leyes y políticas. En ese mismo sentido, el Art. 13 establece que las partes acuerdan cooperar con miras a eliminar la violación de derechos de propiedad intelectual, según sus respectivas legislaciones y reglas.

o) Acuerdo para Relaciones Económicas más Cercanas Australia-Nueva Zelanda²⁶.

Este acuerdo no establece ninguna provisión para la protección o reconocimiento de propiedad intelectual ni, específicamente, indicaciones geográficas.

p) Tratado de Libre Comercio Australia-Malasia²⁷.

En su Art. 12.2, concibe dentro de las formas de inversión –todo activo que a un propietario pertenece o que es controlado por él–, a la propiedad intelectual e industrial.

De acuerdo con el Art. 13.2 la propiedad industrial comprende patentes, variedades de plantas, modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, marcas de servicios, nombres comerciales; indicaciones de procedencia, denominaciones de origen o indicaciones geográficas.

Por su parte, la propiedad intelectual abarca derechos de autor y derechos relacionados, así como derechos sobre marcas e indicaciones geográficas, entre otros, siempre referidos a lo establecido por el Acuerdo ADPIC.

²⁶ <http://www.dfat.gov.au/fta/anzcerta/>

²⁷ http://www.miti.gov.my/cms/content.jsp?id=com.tms.cms.section.Section_55b684ea-c0a8156f-2af82af8-5b2b191e



Existe el compromiso de las partes de reducir los impedimentos al comercio y la inversión promoviendo una integración económica profunda por medio de la adecuada protección y aplicación de derechos de propiedad intelectual, en el sentido del Art. 13.1.

Se dispone que las obligaciones acordadas en este Acuerdo, son obligaciones mínimas, por lo que las partes pueden proveer protección más extensiva, mientras no sea incompatible con el Acuerdo. Asimismo, existe trato nacional con respecto a todas las categorías de propiedad intelectual comprendidas por el Acuerdo.

Con respecto a marcas, en el Art. 13.9 las partes concuerdan en aportar derechos de marcas de alta calidad por medio de exámenes en sustanciales y formales y de procedimientos de oposición y cancelación. Sobre indicaciones geográficas, de acuerdo con el Art. 13.10 se reconoce que pueden ser protegidas bajo un régimen de marcas, un sistema *sui generis* u otros medios legales.

Las partes también deben reconocer y proteger debidamente derechos de marcas cuando preceden a otros derechos, incluso a los de indicaciones geográficas. También se debe garantizar que, previo a otorgar el registro, se asegurarán sobre si el término es de uso común para los bienes o servicios en el territorio de la otra parte.

Debe haber oportunidad para que las personas interesadas puedan objetar sobre el registro de un término como indicación geográfica. Además, las partes deben publicar sus indicaciones geográficas protegidas. Las partes también deben intercambiar información sobre estas figuras.

A continuación se desarrollarán las provisiones de otros tratados comerciales que, aunque involucran a países no abordados en este estudio, poseen marcos jurídicos con respecto a indicaciones geográficas que complementan el presente análisis.



q) Acuerdo sobre Libre Comercio y Asociación Económica entre
Japón y la Confederación Helvética²⁸.

En el inicio de su capítulo sobre propiedad intelectual se prevén, como en otros acuerdos comerciales firmados por Japón, disposiciones generales relativas a garantizar un sistema de protección de la propiedad intelectual efectivo, adecuado y no discriminatorio, promoviendo la transparencia y eficiencia en su administración y proveyendo las medidas adecuadas para su aplicación contra las violaciones.

En propiedad intelectual, también existe trato nacional y trato de nación más favorecida. No obstante, en el Art. 119 se profundiza en la protección de indicaciones geográficas e indicaciones relacionadas, que debe ser adecuada y efectiva.

Se entiende a las indicaciones geográficas como aquellas indicaciones que identifican a un producto como originario de una parte o región de la misma, donde cierta calidad, reputación u otra característica de dicho producto es esencialmente atribuible a su origen geográfico.

Como se mencionó anteriormente, reconoce dentro de esta protección a las "indicaciones relacionadas", que se entienden como designaciones para servicios que contienen el nombre de un sitio geográfico de una parte (indicaciones de servicios), o el nombre de alguno de los países parte, de algún cantón suizo, u otros emblemas estatales o regionales.

La protección contemplada por este artículo es amplia, comenzando por el compromiso de las partes de proveer los medios legales para que los interesados prevengan: a) el uso de elementos en la designación de un producto que indiquen que el bien en cuestión se origina en un sitio geográfico que no sea su verdadero origen geográfico; b) cualquier uso que constituya un acto de competencia injusta de acuerdo con el Convenio de París, y c) el uso de indicaciones geográficas para vinos o bebidas espirituosas sobre vinos o bebidas espirituosas que no sean originarias del lugar identificado por la indicación geográfica.

²⁸ <http://www.mofa.go.jp/region/europe/switzerland/epa0902/index.html>



Se debe prevenir también el uso de indicaciones geográficas que pueda desorientar al público, incluso en los casos que se estipule el origen correcto de los productos o que se empleen términos como "imitación", "similar", "género", "tipo" o similares.

Sin ir en contra de lo dispuesto en otros acuerdos internacionales, se dispone que los párrafos 3 a 9 del Art. 24 de ADPIC apliquen a lo establecido en este artículo con relación a indicaciones geográficas e indicaciones relacionadas. Por lo tanto, este instrumento aborda una amplia protección que abarca disposiciones tanto del Convenio de París como de ADPIC.

Adicionalmente, el Anexo X de este acuerdo, relativo al Capítulo 11 sobre propiedad intelectual, establece el reconocimiento mutuo de las partes de diferentes indicaciones geográficas.

En el caso de Japón, las indicaciones protegidas que se reconocen son Iki, Kuma, Ryukyu, Satsuma (bebidas espirituosas), y Hakusan (sake). Para Suiza, se reconocen diversas indicaciones geográficas, agrupadas en quesos, productos cárnicos, panes y repostería, vinos, bebidas espirituosas, relojes e instrumentos de precisión, productos textiles, maquinaria y productos químicos y fármacos²⁹.

r) Tratado de Libre Comercio Singapur-Perú³⁰.

En el Art. 2.17 de este tratado, las partes se comprometen a que las obligaciones contraídas en el Acuerdo ADPIC serán aplicables a las indicaciones geográficas bajo lo estipulado por este artículo.

En ese sentido, "Pisco", "Maíz Blanco Gigante Cusco" y "Chulucanas" se reconocen como indicaciones geográficas para bebidas espirituosas y productos en Perú, bajo lo provisto en el primer párrafo del Art. 22 de ADPIC. Por lo tanto, estos términos serán protegidos como indicaciones geográficas en Singapur, de acuerdo con su ley interna y lo dispuesto en ADPIC.

Asimismo, las partes acuerdan que, bajo consentimiento mutuo, se podrá otorgar protección y reconocimientos similares a lo

²⁹ <http://www.mofa.go.jp/region/europe/switzerland/epa0902/annex10.pdf>

³⁰ http://www.fta.gov.sg/fta_pesfta.asp?hl=39



anteriormente dispuesto para otras indicaciones geográficas de las partes.

Finalmente, en el Art. 2.18 se acordó que las partes se esforzarán en considerar el reconocimiento de productos distintivos tras un año de la entrada en vigor del tratado. Perú pretende el reconocimiento de "Pisco", "Maíz Blanco Gigante Cusco", y Chulucanas" como productos distintivos.

s) Acuerdo entre Japón y la República del Perú para una Asociación Económica³¹.

Bajo las mismas provisiones generales que en otros acuerdos comerciales, con respecto al régimen de protección de la propiedad intelectual al que se comprometen, junto con su respectiva administración y medidas contra violaciones. Además también se prevé trato nacional y trato de nación más favorecida.

Abordando específicamente el tema de indicaciones geográficas, en el Art. 177 se definen en el sentido del Art. 22 de ADPIC, estableciendo que las partes, a causa de este tratado, no tienen que reformar su legislación sobre protección de indicaciones geográficas y denominaciones de origen que sean consistentes con ADPIC.

Se dispone también que las indicaciones para vinos y bebidas espirituosas enlistadas en el Anexo 10 del tratado corresponden a indicaciones geográficas de acuerdo con lo establecido en ADPIC, y así lo reconocen mutuamente las partes. Perú reconoce con respecto a Japón, las indicaciones "Iki", "Kuma", "Ryukyu" y "Satsuma". Japón hace lo propio con la indicación "Pisco Perú"³².

Las partes, bajo consentimiento mutuo y por medio de notas diplomáticas, podrán modificar el Anexo 10 para proteger otras indicaciones geográficas bajo el Art. 177.

³¹ <http://www.mofa.go.jp/region/latin/peru/epa201105/index.html>

³² http://www.mofa.go.jp/region/latin/peru/epa201105/pdfs/jpepa_x10_e.pdf



V. Conclusiones.

En los tratados internacionales celebrados entre los países en estudio se refleja el interés y la importancia para desarrollar mecanismos de protección de las Indicaciones Geográficas.

Sin embargo, no existe la homogeneidad deseable en algún instrumento internacional (Tratado, Acuerdo, Arreglo) que brindara la facilidad para lograr el registro de las distintas figuras jurídicas en los distintos países (economías) bajo un mismo patrón. Como se ha visto en el documento, existe una proliferación de modelos de protección que plantean requerimientos diferentes.

Cabe destacar que el 30 y 31 de octubre de 2014 se reunirán en la sede de la OMPI en Ginebra, Suiza, tanto el Grupo de Trabajo para el Desarrollo del Sistema de Lisboa, como el Comité Preparatorio de la Conferencia Diplomática para la Adopción del Arreglo de Lisboa revisado sobre Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas.

Será una buena oportunidad para que la delegación mexicana apoye la modernización y actualización del Arreglo de Lisboa, con el objetivo de lograr una mayor cobertura a través de la adhesión de más miembros y así tratar de eliminar trabas al comercio mundial de productos protegidos nacionalmente.

Por otro lado, en algunos instrumentos legales se advierten figuras de vanguardia a efecto de tener protección legal y poder participar de manera activa en el comercio internacional y se reconocen y protegen a las indicaciones geográficas de acuerdo a su cultura y tradiciones. Los cambios tecnológicos requieren también de la protección de la propiedad industrial de los nuevos productos y servicios innovadores que generan.

México ha sido un país que se ha caracterizado por estar a la vanguardia en la celebración de tratados internacionales y es a través de éstos con los que se puede generar mayor fuerza al reconocimiento y protección de nuestros productos y servicios, a través de figuras jurídicas que nos permitan tener una posición relevante a nivel nacional e internacional.



VI. Anexos.





ANEXO 1.- PÁGINAS 141-145 libro de
guía de BODENHAUSEN.



ARTICULO 7^(a)

La naturaleza del producto al que la marca de fábrica o de comercio ha de aplicarse no puede, en ningún caso, ser obstáculo para el registro de la marca.⁽¹⁾

(a) Este artículo aparecía ya en el texto original del Convenio de 1883, aunque entonces se refería al depósito y no al registro de una marca de fábrica o de comercio.¹ La disposición fue modificada ese respecto por la Conferencia de Revisión de La Haya.²

(b) El artículo que se examina puede compararse, hasta cierto punto, con el Artículo 4 *quater* del Convenio, relativo a las patentes, a finalidad de estos artículos es hacer la protección de la propiedad industrial independiente de la cuestión de que los productos en relación con los cuales se aplicaría esa protección se puedan vender en el país de que se trate, o no puedan venderse. Por ejemplo, cuando una marca de fábrica o de comercio, está destinada a ser utilizada en un producto farmacéutico que no ha sido aprobado como tal por las autoridades competentes del país y cuya venta no está por lo tanto permitida, eso no debe conducir a la denegación del registro de la marca de fábrica o de comercio, porque le interesa al solicitante asegurar sus derechos ante la eventualidad de que la venta de su producto pueda ser autorizada posteriormente.³ El artículo que se examina se aplicará también cuando el uso de marcas de fábrica o de comercio esté prohibido para una clase de productos o cuando la venta de los productos sea objeto de un monopolio o de una concesión.

El artículo que nos ocupa tiene un alcance más bien estricto, según se puso de manifiesto al no prosperar los intentos hechos en la Conferencia de Revisión de Lisboa en 1958 para darle una aplicación más amplia, eso es, extenderlo a las *renovaciones* de los registros y la *duración del derecho* exclusivo al uso de la marca de fábrica o de comercio.⁴

¹ *Actes de Paris*, I, páginas 27 (propuesta), 89 (explicación de motivos), 7, 143 (debaté y adopción).

² *Actes de La Haya*, páginas 225 (informe de la Comisión General), 245 (informe de la Comisión de Redacción), 377 (adopción en la Segunda Sesión Plenaria).

³ *Actes de Paris*, I, página 49.

⁴ *Actes de Lisbonne*, páginas 694-704, 761-763.

ARTICULO 7bis^(a)

1) Los países de la Unión se comprometen⁽¹⁾ a admitir el depósito y a proteger las marcas colectivas⁽²⁾ pertenecientes a colectividades⁽³⁾ cuya existencia no sea contraria a la ley del país de origen,⁽⁴⁾ incluso si estas colectividades no poseen un establecimiento industrial o comercial.⁽⁵⁾

2) Cada país decidirá sobre las condiciones particulares⁽⁶⁾ bajo las cuales una marca colectiva ha de ser protegida y podrá rechazar la protección⁽⁷⁾ si esta marca es contraria al interés público.⁽⁸⁾

3) Sin embargo, la protección⁽⁹⁾ de estas marcas no podrá ser rechazada a ninguna colectividad cuya existencia no sea contraria a la ley del país de origen,⁽¹⁰⁾ por el motivo de que no esté establecida en el país donde la protección se reclama⁽¹¹⁾ o de que no se haya constituido conforme a la legislación del país.⁽¹²⁾

(a) Las partes principales de este artículo relativo a las marcas colectivas fueron introducidas en el Convenio por la Conferencia de Revisión de Washington en 1911.¹ El artículo fue elaborado aún más por la Conferencia de Revisión de Londres en 1934.²

(b) Dada la redacción del artículo, que se refiere a un *compromiso de los países de la Unión*, surge de nuevo la cuestión de saber si se puede considerar este artículo como *cautelesivos*—en los países que admiten esa posibilidad— con el resultado de que las partes interesadas podrán pedir directamente la aplicación a las autoridades administrativas o judiciales del país de que se trate. La posición del artículo a este respecto es análoga a la del Artículo 6bis y se puede hacer referencia por lo tanto a la observación (b) hecha en relación con aquel artículo. También aquí hay que llegar a la conclusión de que el artículo entraña igualmente una obligación para las autoridades administrativas y judiciales de los Estados miembros que admiten esa posibilidad, de tal modo que esas autoridades tienen que

¹ *Actes de Washington*, páginas 51-52, 230-231 (propuesta), 93, 96, 107, 223 (observaciones), 304-305 (informe de la Subcomisión), 308 (informe a la Comisión Plenaria), 233-234 (debaté y adopción en la Tercera Sesión Plenaria).

² *Actes de Londres*, páginas 191-193 (propuesta), 281-283 (observaciones), 307-308 (informe de la Tercera Subcomisión), 369 (informe de la Comisión de Redacción), 517 (debaté y adopción en la Segunda Sesión Plenaria).

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

que dicho documento o las disposiciones del artículo, a petición de las partes interesadas. Eso significa, por ejemplo, que cuando la legislación nacional de esos países no contenga disposiciones especiales sobre el registro y la protección de las marcas colectivas, las autoridades de esos países estarán sin embargo obligadas a registrar y proteger tales marcas. Si, por otra parte, un Estado miembro tiene dicha legislación especial, ésta se aplicará a las marcas colectivas extranjeras en virtud de los Artículos 2 y 3 del Convenio, teniendo en cuenta el resto de la regulación dada en el artículo que se examina.

(c) El artículo que se examina trata de las *marcas colectivas*.¹ Esas marcas no son definidas del mismo modo en las diversas legislaciones nacionales, pero cabe decir grosso modo que son signos que sirven no para distinguir los productos y servicios de una empresa de los de otras empresas, sino para distinguir el origen geográfico u otras características comunes de productos o servicios de diferentes empresas que utilizan la marca colectiva bajo el control de su titular. Esas marcas implican generalmente una cierta garantía de calidad.

Los Estados miembros están obligados a admitir tales marcas para el registro y a concederles protección de acuerdo con las normas del artículo que se examina.

(d) El artículo sólo comprende las marcas colectivas *especialmente a colectividades* que suelen ser generalmente asociaciones de fabricantes o vendedores de productos procedentes de un determinado país o región o que tienen ciertas características o cualidades comunes. Las marcas colectivas de Estados o de otros órganos públicos no quedan comprendidas en esta disposición. Una propuesta para ampliarla en ese sentido no fue aceptada por la Conferencia de Revisión de Londres en 1934.² Sin embargo, las marcas colectivas de los Estados y de otras entidades públicas estarán frecuentemente protegidas en virtud de la norma del tratado nacional encarnada en el Artículo 2 del Convenio, y las de los Estados — y esas marcas son el mismo tiempo signos o punzones oficiales de control y garantía — también podrán ser protegidas por el Artículo 6ter.

(e) Las marcas colectivas de colectividades sólo quedarán comprendidas en la disposición que se examina cuando la existencia de

¹ Véase PARROT: *Le marques collective en Suisse et à l'étranger*, 1938; EUGEN: "A propos de la marque collective", *Sehw. Mit.*, 1962, página 100.

² Actes de Londres, páginas 193-194, 409, 467, 517.

las colectividades *no sea contrario a la ley del país de origen*. No está claro qué debe entenderse por país de origen. Como no se hace referencia a ese respecto a la definición de país origen del Artículo 7bis, 1), el primer criterio para esta definición no se aplicará necesariamente, es probable que, en el Artículo 7bis, epáis de origen no signifique el país de origen de la marca de conformidad con el Artículo 6quinquies A.2), sino que signifique el país de origen de la colectividad de que se trate.¹

Con el fin de que la disposición sea aplicable, la existencia de la colectividad a la que pertenece la marca colectiva tiene que no ser *contraria a la ley del país de origen*. Tampoco esta disposición es muy clara pero, probablemente, significa no que la colectividad de que se trate tenga que demostrar que se ajusta a la ley del país de origen, sino que el registro y la protección de su marca colectiva podrán ser *rehusadas* si resulta que la existencia de tal colectividad es *contraria* a dicha ley.

(f) Se deduce ya del Artículo 2.2) del Convenio que, en lo que respecta a la norma del tratado nacional, no se puede exigir *domicilio o establecimiento en el país donde la protección se reclama*. Las últimas palabras de la disposición que se examina añaden además la disposición de que para el registro y la protección de las marcas colectivas pertenecientes a colectividades, dichas colectividades no están obligadas ni siquiera a poseer un establecimiento industrial o comercial en ninguna parte. En otras palabras, esas colectividades, sin poseer ningún establecimiento industrial o comercial por sí mismas, pueden simplemente controlar la utilización de una marca colectiva por parte de otros. Esos otros poseerán por su parte los establecimientos para los productos o servicios con los que se utilizará la marca colectiva.

(g) Los Estados miembros tendrán libertad para establecer o aplicar las condiciones particulares bajo las cuales concederán o proteger las marcas colectivas, condiciones que aplicarán luego tanto a las marcas nacionales como a las cubiertas por el Convenio. Se pueden establecer esas condiciones bien mediante la adopción de una legislación general sobre la materia o bien por medio de decisiones relativas a cada una de las marcas colectivas cuya protección se solicite.²

¹ Véase THOMER: *Die mehrseitigen völkerverrechtlichen Verträge im internationalen gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht*, página 55.

² Actes de Washington, página 319.

المجلس
الوطني
للشؤون
الدينية
والعلمية
والثقافية
والاجتماعية
والاقتصادية
والصحية
والبيئية
والعامة

Las condiciones para la protección pueden referirse al verbo de las colectividades que reclaman la denominación, y pueden, por ejemplo, prohibir a dichas colectividades el poserse, por sí mismas, un establecimiento industrial o comercial;¹ también pueden referirse las condiciones al carácter de la marca colectiva y a la garantía dada por la colectividad de que se trate en cuanto al uso adecuado de la marca.² Los Estados miembros también tienen libertad, por ejemplo, para prohibir la transferencia de las marcas colectivas.³

(h) Las palabras protegidas y «protección», en vista de las palabras iniciales del párrafo precedente, han de incluir también la admisión de una marca colectiva para el depósito y su registro.⁴

(i) Los Estados miembros podrán refusar, en particular, la protección de una marca colectiva si es contraria al interés público. El interés público (véase también el Artículo 5 C.3) in fine) no debe confundirse con el orden público, al que se hace referencia en el Artículo 10 Esquemas, Sección B.3). Esta última expresión se refiere a los conceptos legales o sociales básicos del país de que se trate. El interés público es una noción mucho más amplia y se refiere al interés del público por encontrar verdaderamente las características comunes de ciertos productos o servicios indicadas por una marca colectiva,⁵ que sugieren, por lo general, una garantía de calidad. Si la admisión de la marca fuese contraria a ese interés público, se podrán refusar el registro y la protección.

(j) Aquí, una vez más, ha de entenderse que la palabra «protección» incluye la admisión para el depósito y el registro.

(k) Esta parte del párrafo 3) repite simplemente lo que ya se ha dicho en el párrafo 1), pero las palabras que siguen dan más precisión a la disposición.

¹ Véase, en la República Federal de Alemania: Bundespatentgesetz, 4.8.1966, G.R.D.R. Int., 1967, página 72.

² *Actes de Londres*, páginas 468, 517.

³ *Actes de Washington*, páginas 304, 309, 254.

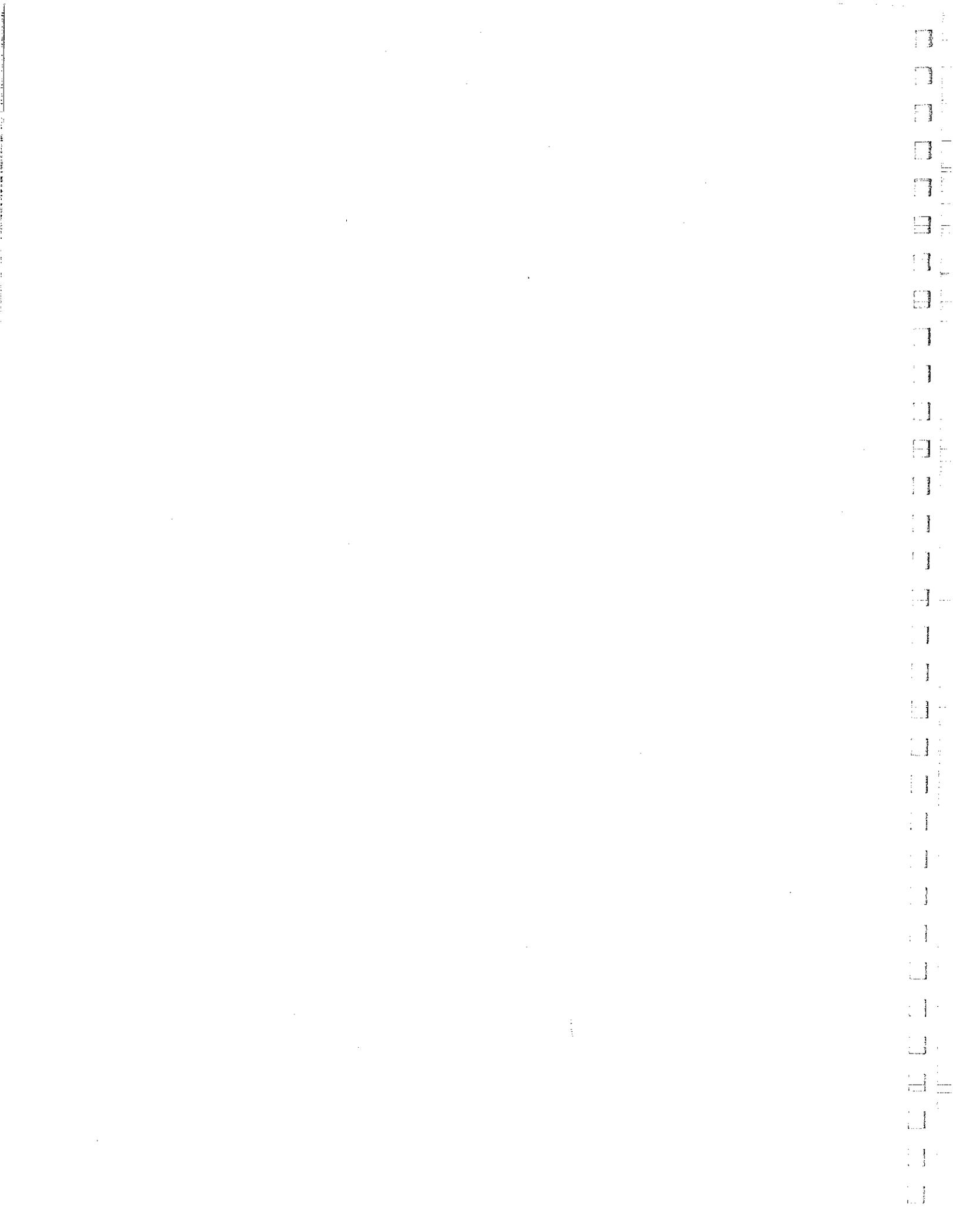
⁴ *Actes de Londres*, página 194.

⁵ *Actes de Washington*, página 304.

⁶ *Actes de Washington*, páginas 107, 306; *Actes de Londres*, páginas 282, 409.

(l) Si la existencia de la colectividad que reclama la protección de una marca colectiva no es contraria a la ley del país de origen, no será posible refusar el registro y la protección de esa marca por el motivo de que la colectividad no esté establecida en el país donde la protección se solicita. Esta norma está de acuerdo con la norma general que se da en el Artículo 2.2) del Convenio.

(m) Tampoco será posible refusar una marca colectiva por el motivo de que la colectividad que reclama la protección no está constituida conforme a la legislación del país donde se solicita dicha protección.





ANEXO 2.- PROYECTO DE ARREGLO DE LISBOA.



Grupo de Trabajo sobre el Desarrollo del Sistema de Lisboa (Denominaciones de Origen)

**Octava reunión
Ginebra, 2 a 6 de diciembre de 2013**

PROYECTO DE ARREGLO DE LISBOA REVISADO SOBRE DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS

preparado por la Secretaría

1. Tras la séptima reunión del Grupo de Trabajo sobre el Desarrollo del Sistema de Lisboa (Denominaciones de Origen) (en adelante, "el Grupo de Trabajo"), que tuvo lugar en Ginebra del 29 de abril al 3 de mayo de 2013, la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) ha preparado una versión revisada del proyecto de Arreglo de Lisboa Revisado, según figura en el documento LI/WG/DEV/7/2, en respuesta a la petición del Grupo de Trabajo y conforme a las pautas de la orientación proporcionada en dicha reunión. El documento LI/WG/DEV/8/3 contiene la versión revisada del proyecto de Reglamento. Los documentos LI/WG/DEV/8/4 y LI/WG/DEV/8/5 contienen notas explicativas de diversas disposiciones del proyecto de Arreglo de Lisboa Revisado y del proyecto de Reglamento, respectivamente.
2. Se recuerda que el Grupo de Trabajo está examinando el sistema internacional del Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (en adelante "el Arreglo de Lisboa") con miras a mejorar el sistema de Lisboa para que éste pueda atraer a una composición más amplia de miembros, preservando al mismo tiempo los principios y objetivos del Arreglo de Lisboa. Sobre esa base, el Grupo de Trabajo está elaborando una revisión del Arreglo de Lisboa que abarcará: i) el perfeccionamiento de su actual marco jurídico; ii) la inclusión de disposiciones que garanticen que el sistema de Lisboa también se aplica respecto de las indicaciones geográficas; y iii) la incorporación de la posibilidad de adhesión de organizaciones intergubernamentales.

3. Habida cuenta de los progresos logrados en la séptima reunión, el Grupo de Trabajo recomendó que la Asamblea de la Unión de Lisboa apruebe la convocatoria en 2015 de una conferencia diplomática, con el cometido de adoptar un Arreglo de Lisboa Revisado, cuya fecha y lugar de celebración exactos se decidirían en una reunión del comité preparatorio. En la ruta que se seguiría hasta entonces, según queda de relieve en los párrafos 18 y 19 del Resumen del Presidente contenido en el documento LI/WG/DEV/7/6, figurarían dos, o tal vez tres, reuniones adicionales del Grupo de Trabajo. En su vigésimo noveno período de sesiones (20° ordinario), celebrado del 23 de septiembre a 2 de octubre de 2013, la Asamblea de la Unión de Lisboa aprobó esta hoja de ruta y la convocatoria de una conferencia diplomática.

4. Dado que el actual Arreglo de Lisboa se seguirá aplicando hasta que todos sus Estados miembros hayan pasado a ser parte del Arreglo de Lisboa Revisado, que puede adoptarse en dicha conferencia diplomática, el Grupo de Trabajo podría considerar si – con vistas a armonizar lo más posible el actual Arreglo de Lisboa con el Arreglo de Lisboa Revisado – determinadas disposiciones resultantes del examen del sistema de Lisboa pueden también dar lugar a modificaciones del Reglamento del Arreglo de Lisboa propiamente dicho o a declaraciones interpretativas por la Asamblea de la Unión de Lisboa en relación con las disposiciones del Arreglo de Lisboa. Además, esas modificaciones permitirían aplicar dichas disposiciones en una fase temprana.

5. *Se invita al Grupo de Trabajo a:*

i) formular comentarios sobre las diversas disposiciones contenidas en el Anexo al presente documento;

ii) expresar cualquier propuesta que considere oportuna sobre la labor futura del Grupo de Trabajo;

iii) formular comentarios sobre el párrafo 4 supra.

[Sigue el Anexo]

PROYECTO DE ARREGLO DE LISBOA REVISADO

LISTA DE ARTÍCULOS

Preámbulo

Capítulo I: Disposiciones preliminares y generales

- Artículo 1: Expresiones abreviadas
- Artículo 2: Materia
- Artículo 3: Administración competente
- Artículo 4: Registro Internacional

Capítulo II: Solicitud y registro internacional

- Artículo 5: Solicitud
- Artículo 6: Registro internacional
- Artículo 7: Tasas

Capítulo III: Protección

- Artículo 8: Obligación de proteger
- Artículo 9: Protección con arreglo a las legislaciones de las Partes Contratantes y otros instrumentos
- Artículo 10: Protección conferida por el registro internacional
- Artículo 11: Resguardo destinado a evitar que una denominación de origen asuma el carácter de término o nombre genérico
- Artículo 12: Duración de la protección
- Artículo 13: Salvaguardias respecto de otros derechos
- Artículo 14: Procedimientos de observancia y medidas de subsanación

Capítulo IV: Denegación y otras medidas que puedan tomarse respecto del registro internacional

- Artículo 15: Denegación
- Artículo 16: Retiro de la denegación
- Artículo 17: Utilización anterior
- Artículo 18: Notificación de concesión de la protección
- Artículo 19: Invalidación
- Artículo 20: Modificaciones y otras inscripciones en el Registro Internacional

Capítulo V: Disposiciones administrativas

- Artículo 21: Miembros de la Unión de Lisboa
- Artículo 22: Asamblea de la Unión particular
- Artículo 23: Oficina Internacional
- Artículo 24: Finanzas
- Artículo 25: Reglamento de ejecución

Capítulo VI: Revisión y modificación

- Artículo 26: Revisión
- Artículo 27: Modificación de determinados Artículos por la Asamblea

Capítulo VII: Cláusulas finales

- Artículo 28: Procedimiento para ser parte en la presente acta
- Artículo 29: Fecha en que surten efecto las ratificaciones y adhesiones
- Artículo 30: Prohibición de reservas
- Artículo 31: Aplicación del Arreglo de Lisboa
- Artículo 32: Denuncia
- Artículo 33: Idiomas de la presente acta; firma
- Artículo 34: Depositario

Preámbulo

Las Partes Contratantes,

Reconociendo la necesidad de perfeccionar y modernizar el marco jurídico del sistema establecido en virtud del Arreglo de Lisboa, salvaguardando al mismo tiempo los principios y objetivos del Arreglo,

Deseosas de garantizar que el sistema de Lisboa se aplique a las denominaciones de origen y a las indicaciones geográficas,

Deseosas asimismo de introducir disposiciones relativas a la posible adhesión por parte de las organizaciones intergubernamentales,

Acuerdan revisar el Arreglo de Lisboa como sigue:

Capítulo I Disposiciones preliminares y generales

Artículo 1 Expresiones abreviadas

A los efectos de la presente acta y salvo declaración expresa en contrario:

- i) se entenderá por "Arreglo de Lisboa" el Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y modificado el 28 de septiembre de 1979;
- ii) se entenderá por "la presente acta" el Arreglo de Lisboa Revisado que se establece en el presente instrumento;
- iii) se entenderá por "Reglamento" el Reglamento mencionado en el Artículo 25;
- iv) se entenderá por "Convenio de París" el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, de 20 de marzo de 1883, en su forma revisada y modificada;
- v) se entenderá por "Arreglo de Madrid sobre las indicaciones de procedencia" el Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos, de 14 de abril de 1891, en su forma revisada y modificada;
- vi) se entenderá por "Acuerdo sobre los ADPIC" el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, de 15 de abril de 1994, que figura en el Anexo 1 C del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, y su forma modificada;
- vii) se entenderá por "Registro Internacional" el Registro Internacional mantenido por la Oficina Internacional con arreglo al Artículo 4 como repertorio oficial de datos relativos a los registros internacionales de denominaciones de origen, con independencia del medio en el que se conserven dichos datos;
- viii) se entenderá por "registro internacional" un registro internacional inscrito en el Registro Internacional;
- ix) se entenderá por "solicitud" una solicitud de registro internacional;
- x) se entenderá por "registrado" inscrito en el Registro Internacional de conformidad con la presente acta;
- xi) se entenderá por "zona geográfica de origen" la zona geográfica mencionada en el párrafo 2) del Artículo 2;

- xii) se entenderá por "zona geográfica de origen transfronteriza" una zona geográfica situada en Partes Contratantes adyacentes o que las cubre;
- xiii) se entenderá por "Parte Contratante" cualquier Estado u organización intergubernamental parte en la presente acta;
- xiv) se entenderá por "Parte Contratante de origen" la Parte Contratante en la que esté situada la zona geográfica de origen o las Partes Contratantes en las que esté situada la zona geográfica de origen transfronteriza;
- xv) se entenderá por "Administración competente" la entidad designada de conformidad con el Artículo 3;
- xvi) se entenderá por "beneficiario" toda persona natural o jurídica mencionada en el Artículo 5.2)i);
- xvii) se entenderá por "organización intergubernamental" una organización intergubernamental con derecho a ser parte en la presente acta de conformidad con lo dispuesto en el inciso iii) del párrafo 1) del Artículo 28;
- xviii) se entenderá por "Organización" la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual;
- xix) se entenderá por "Director General" el Director General de la Organización;
- xx) se entenderá por "Oficina Internacional" la Oficina Internacional de la Organización.

Artículo 2 Materia

- 1) *[Denominaciones de origen e indicaciones geográficas]* a) La presente acta se aplica a:
 - i) toda denominación protegida en la Parte Contratante de origen que consista en el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra denominación conocida por hacer referencia a dicha zona, que sirva para identificar un producto como originario de dicha zona geográfica, cuando la calidad o las características del producto se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos¹, y que hayan dado al producto su reputación²; así como 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 la calidad, la reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico³.b) En la presente acta, las denominaciones mencionadas en el inciso i) del apartado a) del párrafo 1) se identifican con el término "denominación de origen" y las indicaciones mencionadas en el inciso ii) del apartado a) del párrafo 1) se identifican con el término "indicación geográfica", independientemente de la manera según la cual se mencionen esas denominaciones o indicaciones en la Parte Contratante de origen o en otras Partes Contratantes.
- 2) *[Posibles zonas geográficas de origen]* Una zona geográfica, en la forma mencionada en el apartado a) del párrafo 1) puede consistir en la totalidad del territorio de la Parte Contratante de origen o en una región, localidad o lugar en la Parte Contratante de origen. [Eso no excluye la aplicación de la presente acta respecto de toda denominación de origen o indicación geográfica que pueda haber sido establecida conjuntamente por Partes Contratantes, que

¹ El entorno geográfico de la zona de elaboración puede estar determinado predominantemente por factores naturales o predominantemente por factores humanos.

² La reputación del producto puede servir de prueba de la conexión entre la calidad o las características del producto y el entorno geográfico de la zona de elaboración.

³ La reputación del producto puede servir de prueba de la conexión requerida con su origen geográfico.

consista en una denominación o indicación o las contenga, según se indica en el apartado a) del párrafo 1), que sirva para designar o identificar un producto como originario de una zona geográfica transfronteriza, a reserva de lo dispuesto en el párrafo 4) del Artículo 5.]

Artículo 3 Administración competente

Las Partes Contratantes designarán una entidad que será responsable de la administración de la presente acta en su territorio y de las comunicaciones con la Oficina Internacional en virtud de la presente acta y del Reglamento. Las Partes Contratantes notificarán a la Oficina Internacional el nombre y los datos de contacto de dicha Administración competente, tal como se estipula en el Reglamento.

Artículo 4 Registro Internacional

La Oficina Internacional mantendrá un Registro Internacional en el que consten los registros internacionales efectuados en virtud de la presente acta o del Arreglo de Lisboa, al igual que los datos relativos a esos registros internacionales.

Capítulo II **Solicitud y registro internacional**

Artículo 5 Solicitud

- 1) *[Lugar de presentación de la solicitud]* Las solicitudes se presentarán ante la Oficina Internacional.
- 2) *[Solicitud presentada por la Administración competente]* Con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 3), la solicitud de registro internacional de una denominación de origen o de una indicación geográfica será presentada por la Administración competente en nombre de:
 - i) las personas físicas y jurídicas facultadas por la legislación de la Parte Contratante de origen a utilizar la denominación de origen o la indicación geográfica, o
 - ii) una persona moral que esté facultada legalmente a ejercer los derechos de los beneficiarios u otros derechos relativos a la denominación de origen o la indicación geográfica, como por ejemplo una federación o asociación que represente a los beneficiarios o un grupo de productores que represente a los beneficiarios mencionados, con independencia de su composición y de la forma jurídica en la que se presente.
- 3) *[Solicitud presentada directamente por beneficiarios]* a) Si la legislación de la Parte Contratante de origen lo permite, podrán presentar la solicitud los beneficiarios o la persona moral mencionada en el inciso ii) del párrafo 2.
 - b) lo dispuesto en el apartado a) del párrafo 3) se aplica a reserva de una declaración de la Parte Contratante, en el sentido de que así lo permite su legislación. La Parte Contratante puede efectuar esa declaración en el momento de depositar su instrumento de ratificación o adhesión o posteriormente. Si la declaración se efectúa en el momento de depositar su instrumento de ratificación o adhesión, surtirá efecto al entrar en vigor esta Acta con respecto a esa Parte Contratante. Si la declaración se efectúa después de la entrada en

vigor de esta Acta con respecto a la Parte Contratante, surtirá efecto tres meses después de la fecha en la cual el Director General haya recibido la declaración.

- 4) *[Solicitudes relativas a productos originarios de zonas geográficas transfronterizas]*
- a) En el caso de una zona geográfica transfronteriza, las Partes Contratantes de que se trate podrán:
 - i) presentar, cada una de ellas, en carácter de Parte Contratante de origen, sobre la base del inciso i) del apartado a) del párrafo 1) del Artículo 2 o del inciso ii) del apartado a) del párrafo 1) del Artículo 2, dependiendo de la protección que se otorgue en la legislación de la Parte Contratante de que se trate, respecto de un producto originario en la parte de la zona transfronteriza situada en su territorio; o
 - ii) actuar en carácter de Parte Contratante de origen única, presentando conjuntamente una solicitud, sobre la base del inciso i) del apartado a) del párrafo 1) del Artículo 2 o del inciso ii) del apartado a) del párrafo 1) del Artículo 2, dependiendo de la protección que concedan conjuntamente y por conducto de una Administración competente designada de común acuerdo.
 - b) El párrafo 3) se aplicará *mutatis mutandis* de conformidad con el apartado a), en el entendimiento de que para su aplicación de conformidad con el inciso ii) del apartado a), las Partes Contratantes adyacentes han declarado conjuntamente que deben ser los beneficiarios o la persona moral mencionada en el inciso ii) del párrafo 2) quienes presenten la solicitud.
- 5) *[Contenido obligatorio]* En el Reglamento se especificarán los datos que es obligatorio incluir en la solicitud, además de los que se detallan en el párrafo 3) del Artículo 6.
- 6) *[Contenido facultativo]* En el Reglamento podrán especificarse los datos que cabrá incluir con carácter facultativo en la solicitud.

Artículo 6

Registro internacional

- 1) *[Examen de forma de la Oficina Internacional]* Tras recibir una solicitud de registro internacional de una denominación de origen o de una indicación geográfica, presentada en debida forma, según se especifica en el Reglamento, la Oficina Internacional registrará esa denominación de origen o la indicación geográfica en el Registro Internacional.
- 2) *[Fecha del registro internacional]* Con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 3), la fecha del registro internacional será la del día en que la Oficina Internacional haya recibido la solicitud internacional.
- 3) *[Fecha del registro internacional cuando se hayan omitido datos]* Cuando la solicitud no contenga todos los datos siguientes:
 - i) la identidad de la Administración competente o, en el caso del párrafo 3) del Artículo 5, del o de los solicitantes;
 - ii) los datos de los beneficiarios y, si procede, de la persona moral mencionada en el inciso ii) del párrafo 2) del Artículo 5;
 - iii) la denominación de origen o la indicación geográfica cuyo registro se solicita;
 - iv) el producto al que se aplica la denominación de origen o la indicación geográfica;

la fecha del registro internacional será la del día en que la Oficina Internacional reciba el último de los datos que habían sido omitidos.

- 4) *[Publicación y notificación de los registros internacionales]* La Oficina Internacional publicará sin demora los registros internacionales y notificará el registro internacional a la Administración competente de las Partes Contratantes.

Artículo 7 Tasas

- 1) *[Tasa de registro]* El registro internacional de cada denominación de origen y cada indicación geográfica estará sujeto al pago de la tasa indicada en el Reglamento.
- 2) *[Otras tasas]* En el Reglamento se especificará la tasa que ha de pagarse por otras inscripciones en el Registro Internacional y por el suministro de extractos, certificados u otras informaciones relativas al contenido del registro internacional.
- 3) *[Tasas reducidas]* La Asamblea podrá establecer tasas reducidas para ciertos registros internacionales relativos a las denominaciones de origen y para ciertos registros internacionales de indicaciones geográficas, en particular, aquellos respecto de los cuales la Parte Contratante de origen sea un país en desarrollo o un país menos adelantado.

Capítulo III Protección

Artículo 8 Obligación de proteger

Las Partes Contratantes protegerán en sus territorios, a tenor de sus propios sistemas y prácticas jurídicas, pero de conformidad con las cláusulas de la presente acta, los registros internacionales de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas en vigor en el marco de la presente acta, con sujeción a cualesquiera denegaciones, invalidaciones o renunciaciones que pudieren ser efectivas con respecto a su territorio.

Artículo 9 Protección en virtud de las legislaciones de las Partes Contratantes y de otros instrumentos

- 1) *[Facultad de prever una protección más amplia]* Las Partes Contratantes estarán facultadas para prever una protección más amplia que la que se prevé en la presente acta.
- 2) *[Forma de protección jurídica]* Las Partes Contratantes estarán facultadas para elegir el tipo de legislación en la que se prevea la protección contemplada en la presente acta, a condición de que dicha legislación satisfaga los requisitos sustantivos de la presente acta.
- 3) *[Protección en virtud de otros instrumentos]* La protección prevista en la presente acta no perjudicará la protección ya concedida por una Parte Contratante en virtud de la legislación nacional o en virtud de otros instrumentos internacionales como el Convenio de París, el Arreglo de Madrid sobre indicaciones de procedencia, el Acuerdo sobre los ADPIC o un acuerdo bilateral.

Artículo 10⁴

Protección conferida por el registro internacional

- 1) [Contenido de la protección] a) Con sujeción a las disposiciones de la presente acta, a partir de la fecha del registro internacional, las Partes Contratantes concederán protección a una denominación de origen o una indicación geográfica registrada, contra:
- i) toda utilización de la denominación de origen o de la indicación geográfica
 - respecto de productos del mismo género que aquellos a los que se aplique la denominación de origen o la indicación geográfica que no sean originarios de la zona geográfica de origen o no satisfagan otros requisitos aplicables para utilizar la denominación de origen o la indicación geográfica; o
 - [que represente usurpación o imitación [o evocación]]; o
 - que perjudique o explote indebidamente su reputación;
 - ii) cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor acerca del verdadero origen, procedencia o naturaleza de los productos.
- b) Sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo 1) del Artículo 13, las Partes Contratantes denegarán o invalidarán, ex officio si su legislación lo permite o a petición de una parte interesada, el registro de una marca que contenga, o que consista en, una denominación de origen registrada o una indicación geográfica registrada, si se produce una de las situaciones contempladas en el apartado a).

Artículo 11

Resguardo destinado a evitar que una denominación de origen asuma el carácter de término o nombre genérico

No podrá considerarse que [haya asumido carácter genérico] una denominación protegida en calidad de denominación de origen registrada, o una indicación protegida en calidad de indicación geográfica registrada, en una Parte Contratante en la medida en que la denominación se encuentre protegida en calidad de denominación de origen, o la indicación se encuentre protegida en calidad de indicación geográfica registrada en la Parte Contratante de origen⁵.

⁴ Proyecto de Declaración Acordada por la Conferencia Diplomática: "La práctica actual en el marco de Arreglo de Lisboa con respecto a las denominaciones de origen homónimas continuará adoptándose a tenor de esta acta con respecto a las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas".

⁵ Se entenderá por "término o nombre genérico" el término consuetudinario del lenguaje común, como nombre común del producto o servicio o el nombre consuetudinario de una variedad de uva.

Artículo 12
Duración de la protección

El registro internacional no estará sujeto a un período de validez específico.

Artículo 13
Salvaguardias respecto de otros derechos

- 1) *[Derechos de marca anteriores]* Sin perjuicio de lo dispuesto en los Artículos 15 y 19, cuando una denominación de origen registrada o una indicación geográfica registrada esté en conflicto con una marca anterior cuyo registro se haya solicitado o efectuado, o que haya sido adquirida mediante uso, de buena fe en una Parte Contratante, la protección de esa denominación de origen o indicación geográfica en esa Parte Contratante no irá en detrimento de la posibilidad de registro o la validez del registro de la marca, ni del derecho a hacer uso de esa marca, [teniendo en cuenta] [a condición de que los intereses legítimos de [el propietario de la marca, así como los de] los beneficiarios de los derechos sobre la denominación de origen o la indicación geográfica] [sean tenidos en cuenta], y siempre que no se induzca a error al público.
- 2) *[Derechos anteriores sobre otra denominación de origen o indicación geográfica]* Sin perjuicio de lo dispuesto en los Artículos 15 y 19, cuando una denominación de origen registrada o una indicación geográfica registrada contenga una denominación o indicación que también figure en otra denominación de origen o indicación geográfica ya protegida en una Parte Contratante, esa Parte Contratante puede proteger ambas denominaciones de origen o indicaciones geográficas [teniendo en cuenta] [siempre que] los intereses legítimos de los beneficiarios de cada denominación de origen o indicación geográfica [sean tenidos en cuenta], y siempre que no se induzca a error al público.
- 3) *[Nombre de persona utilizado en la actividad comercial]* Las disposiciones de la presente acta no prejuzgarán en modo alguno el derecho de cualquier persona a usar, en el curso de operaciones comerciales, su nombre o el nombre de su antecesor en la actividad comercial, excepto cuando ese nombre se use de manera que induzca a error al público.
- 4) *[Derechos basados en [denominaciones de variedades vegetales o de razas animales, o nombres comerciales] utilizados en el curso de operaciones comerciales]* Las disposiciones de la presente Acta no prejuzgarán el derecho de toda persona a usar en el curso de operaciones comerciales [una denominación vegetal o de raza animal, o un nombre comercial], respecto de los cuales haya sido adquirido de buena fe un derecho distinto de los que se mencionan en los párrafos 1) a 3) en una Parte Contratante determinada antes de la fecha en la que haya quedado protegida en dicha Parte Contratante una denominación de origen o una indicación geográfica registrada, excepto cuando [dicha denominación vegetal o de raza animal, o dicho nombre comercial] se use de manera que induzca a error al público.]

Artículo 14
Procedimientos de observancia y medidas de subsanación

Las Partes Contratantes pondrán a disposición medidas legales de subsanación en relación con la protección de las denominaciones de origen registradas y las indicaciones geográficas registradas y dispondrán que las acciones legales destinadas a garantizar su protección puedan ser entabladas por un organismo público o por cualquier interesado, persona física o moral, pública o privada, conforme a su sistema jurídico.

Capítulo IV
Denegación y otras medidas que puedan tomarse respecto de los
registros internacionales

Artículo 15
Denegación

- 1) *[Denegación de los efectos del registro internacional]*
 - a) Dentro del plazo indicado en el Reglamento, la Administración competente de una Parte Contratante podrá notificar a la Oficina Internacional la denegación de los efectos del registro internacional en su territorio. La notificación de denegación podrá ser presentada de oficio por la Administración competente, si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada.
 - b) En la notificación de denegación se expondrán los motivos en los que se basa la denegación.
- 2) *[Protección en virtud de otros instrumentos]* La notificación de una denegación no irá en detrimento de ningún otro tipo de protección que, de conformidad con el párrafo 3 del Artículo 9, pueda corresponder a la denominación o la indicación en cuestión en la Parte Contratante a la que afecte la denegación.
- 3) *[Obligación de dar a las partes interesadas la oportunidad de ser oídas]* Una Parte Contratante ofrecerá a todos aquellos cuyos intereses se verían afectados por un registro internacional una oportunidad razonable para cursar peticiones a la Administración competente con el fin de que ésta notifique una denegación respecto del registro internacional.
- 4) *[Inscripción, publicación y comunicación de las denegaciones]* La Oficina Internacional inscribirá la denegación y los motivos de ésta en el Registro Internacional. Publicará la denegación y los motivos de ésta y comunicará la notificación de denegación a la Administración competente de la Parte Contratante de origen y, si la solicitud ha sido presentada directamente de conformidad con el párrafo 3) del Artículo 5, a los beneficiarios o a la persona moral mencionados en el inciso ii) del párrafo 2 del Artículo 5.
- 5) *[Trato nacional]* Las Partes Contratantes pondrán a disposición de las partes interesadas a las que afecte una denegación las mismas medidas judiciales y administrativas de subsanación que estén a disposición de sus propios nacionales respecto de la denegación de protección de una denominación de origen o una indicación geográfica.

Artículo 16
Retiro de la denegación

- 1) *[Procedimiento de retiro de las denegaciones]* Una denegación podrá ser retirada de conformidad con los procedimientos especificados en el Reglamento. El retiro de una denegación se inscribirá en el Registro Internacional.
- 2) *[Negociaciones]* La Parte Contratante de origen podrá entablar negociaciones con una Parte Contratante respecto de la que se haya inscrito una denegación, a fin de lograr el retiro de la denegación. Se ofrecerá a las partes afectadas por una denegación una oportunidad razonable para solicitar a la Parte Contratante de origen que negocie el eventual retiro de dicha denegación con la Parte Contratante respecto de la que se haya registrado la denegación.

Artículo 17 Utilización anterior

- 1) *[Supresión gradual de la utilización anterior como término o nombre genérico]* a) Cuando una denominación que constituya una denominación de origen registrada o una indicación que constituya una indicación geográfica registrada ya haya sido utilizada por terceros antes de la fecha del registro internacional en una Parte Contratante como término o nombre genérico, esa Parte Contratante, cuando por ese motivo no deniegue la denominación de origen o la indicación geográfica, podrá conceder a tales terceros un plazo determinado para poner fin a dicha utilización⁶.
- b) Cuando una Parte Contratante haya denegado los efectos de un registro internacional conforme a lo dispuesto en el Artículo 15, fundándose en una utilización anterior por terceros como término o nombre genérico, podrá de manera similar conceder a tales terceros un plazo determinado para poner fin a dicha utilización, en caso de que decida retirar la denegación.
- c) La Parte Contratante notificará a la Oficina Internacional todos esos periodos, de conformidad con los procedimientos especificados en el Reglamento.
- 3) *[Coexistencia]* Cuando una Parte Contratante que haya denegado los efectos de un registro internacional conforme a lo dispuesto en el Artículo 15, fundándose en una utilización en el marco de un derecho anterior, según se indica en el Artículo 13, notifique el retiro de esa denegación conforme al Artículo 16 o la concesión de una protección en el marco del Artículo 18, la protección resultante de la denominación de origen o indicación geográfica no redundará en perjuicio del derecho anterior o su utilización, a menos que la protección haya sido concedida después de la anulación, no renovación, revocación o invalidación del derecho anterior.

Artículo 18 Notificación de concesión de la protección

La Administración competente de una Parte Contratante podrá notificar a la Oficina Internacional la concesión de la protección a una denominación de origen registrada o una indicación geográfica registrada. La Oficina Internacional inscribirá esa notificación en el Registro Internacional y la publicará.

Artículo 19 Invalidación

- 1) *[Oportunidad de hacer valer derechos]* Las Partes Contratantes no podrán invalidar los efectos del registro internacional, en parte o en su totalidad, en su territorio sin haber dado a los beneficiarios la posibilidad de hacer valer sus derechos. También se otorgará dicha posibilidad a la persona moral mencionada en el inciso ii) del párrafo 2) del Artículo 5.

⁶ En vista de las salvaguardias del Artículo 13 con respecto al uso de marcas anteriores y ciertos otros derechos, el Artículo 17 no prevé posibles periodos de supresión progresiva de ese uso, a menos que dicho uso corresponda a un término o nombre que entre en conflicto con una denominación que constituya una denominación registrada o una indicación que constituya una indicación geográfica registrada y no haya sido reivindicada debido a la existencia de una marca anterior u otro derecho, o que manifiestamente no forme parte de la materia protegida por la marca u otro derecho.

- 2) *[Motivos de invalidación]* Entre los motivos por los cuales una Parte Contratante podrá pronunciar una invalidación cabe mencionar, en particular, los motivos basados en un derecho anterior, según se menciona en el Artículo 13.
- 3) *[Notificación, registro y publicación]* La Parte Contratante notificará la invalidación del registro internacional a la Oficina Internacional, que la inscribirá en el Registro Internacional y la publicará.
- 4) *[Protección en virtud de otros instrumentos]* La invalidación no irá en detrimento de la protección que pueda aplicarse, conforme a lo dispuesto en el párrafo 3) del Artículo 9, a la denominación o indicación de que se trate en la Parte Contratante que haya invalidado los efectos del registro internacional.

Artículo 20

Modificaciones y otras inscripciones en el Registro Internacional

En el Reglamento se especificarán los procedimientos para la modificación de los registros internacionales y otras inscripciones en el Registro Internacional.

Capítulo V

Disposiciones administrativas

Artículo 21

Miembros de la Unión de Lisboa

Las Partes Contratantes serán miembros de la misma Unión particular que los Estados parte en el Arreglo de Lisboa, con independencia de que sean parte en ese Arreglo.

Artículo 22

Asamblea de la Unión particular

- 1) *[Composición]*
 - a) Las Partes Contratantes serán miembros de la misma Asamblea que los Estados parte en el Arreglo de Lisboa.
 - b) Cada Parte Contratante estará representada por un delegado que podrá ser asistido por suplentes, asesores y expertos.
 - c) Cada delegación sufragará sus propios gastos.
- 2) *[Tareas]*
 - a) La Asamblea:
 - i) tratará de todas las cuestiones relativas al mantenimiento y desarrollo de la Unión particular y a la aplicación de la presente acta;
 - ii) dará instrucciones al Director General en relación con la preparación de las conferencias de revisión mencionadas en el párrafo 1) del Artículo 26 teniendo debidamente en cuenta las observaciones de los miembros de la Unión particular que no hayan ratificado la presente acta ni se hayan adherido a ella;
 - iii) modificará el Reglamento en relación con la aplicación de la presente acta;

- iv) examinará y aprobará los informes y las actividades del Director General relativos a la Unión particular y le dará todas las instrucciones necesarias en lo referente a los asuntos de la competencia de la Unión particular;
 - v) fijará el programa, adoptará el presupuesto bienal de la Unión particular y aprobará sus balances de cuentas;
 - vi) adoptará el reglamento financiero de la Unión particular;
 - vii) creará los comités y grupos de trabajo que considere convenientes para alcanzar los objetivos de la Unión particular;
 - viii) decidirá qué Estados, organizaciones intergubernamentales y organizaciones no gubernamentales podrán ser admitidos en sus reuniones a título de observadores, entendiéndose que se admitirá a las reuniones de la Asamblea, a título de observadores, a los Estados parte en el Arreglo de Lisboa que no sean miembros de la Asamblea;
 - ix) adoptará la modificación de los Artículos 22 a 24 y 27;
 - x) tomará cualquier otra medida apropiada para alcanzar los objetivos de la Unión particular y ejercerá las demás funciones que le incumban conforme a la presente acta.
- b) En cuestiones que interesen igualmente a otras Uniones administradas por la Organización, la Asamblea tomará sus decisiones teniendo en cuenta el dictamen del Comité de Coordinación de la Organización.

3) *[Quórum]*

- a) La mitad de los miembros de la Asamblea que son Estados y que tienen derecho de voto sobre una cuestión determinada constituirá el quórum a los fines de la votación sobre dicha cuestión.
- b) No obstante las disposiciones del apartado a), si el número de miembros de la Asamblea que son Estados, tienen derecho de voto sobre una cuestión determinada y están representados en cualquier sesión es inferior a la mitad pero es igual o superior a la tercera parte de los miembros de la Asamblea que son Estados y tienen derecho de voto sobre dicha cuestión, la Asamblea podrá tomar decisiones; sin embargo, las decisiones de la Asamblea, salvo aquellas relativas a su propio procedimiento, sólo serán ejecutivas si se cumplen los requisitos expuestos más adelante. La Oficina Internacional comunicará dichas decisiones a los miembros de la Asamblea que son Estados, tienen derecho de voto sobre esa cuestión y no estaban representados, invitándolos a expresar por escrito su voto o su abstención dentro de un plazo de tres meses a contar desde la fecha de la comunicación. Si, al expirar dicho plazo, el número de miembros que hayan así expresado su voto o su abstención asciende al número de miembros que faltaban para lograr el quórum en la sesión, dichas decisiones serán ejecutivas, siempre que al mismo tiempo se mantenga la mayoría necesaria.

4) *[Toma de decisiones en la Asamblea]*

- a) La Asamblea se esforzará por adoptar sus decisiones por consenso.
- b) Cuando no sea posible adoptar una decisión por consenso, la cuestión se decidirá mediante votación. En tal caso,
 - i) cada Parte Contratante que sea un Estado dispondrá de un voto y votará únicamente en su propio nombre, y
 - ii) toda Parte Contratante que sea una organización intergubernamental podrá participar en la votación, en lugar de sus Estados miembros, con un número de votos igual al número de sus Estados miembros que sean parte en la presente acta, pero ninguna de esas organizaciones intergubernamentales podrá participar en la votación si cualquiera de sus Estados miembros ejerce su derecho de voto, y viceversa.
- c) En cuestiones que interesen únicamente a los Estados que están obligados por el Arreglo de Lisboa, las Partes Contratantes que no estén obligadas por ese Arreglo no tendrán derecho de voto, mientras que, en cuestiones que interesen a las Partes Contratantes, únicamente estas últimas tendrán derecho de voto.

- 5) *[Mayorías]*
 - a) Sin perjuicio de las disposiciones del párrafo 2) del Artículo 25 y del párrafo 2) del Artículo 27, las decisiones de la Asamblea se tomarán por mayoría de dos tercios de los votos emitidos.
 - b) La abstención no se considerará como un voto.

- 6) *[Períodos de sesiones]*
 - a) La Asamblea se reunirá una vez cada dos años en período ordinario de sesiones, mediante convocatoria del Director General y, salvo en casos excepcionales, durante el mismo período y en el mismo lugar donde se llevará a cabo la Asamblea General de la Organización.
 - b) La Asamblea se reunirá en período extraordinario de sesiones, mediante convocatoria del Director General, bien a petición de la cuarta parte de los miembros de la Asamblea, bien por iniciativa del Director General.
 - c) El Director General preparará el orden del día de cada período de sesiones.

- 7) *[Reglamento interior]* La Asamblea adoptará su propio reglamento interior.

Artículo 23
Oficina Internacional

- 1) *[Tareas administrativas]*
 - a) La Oficina Internacional se encargará del registro internacional y las tareas conexas, así como de las demás tareas administrativas que conciernen a la Unión particular.
 - b) La Oficina Internacional se encargará especialmente de preparar las reuniones y de la secretaría de la Asamblea y de los comités y grupos de trabajo que ésta pueda crear.
 - c) El Director General es el más alto funcionario de la Unión particular y la representa.

- 2) *[Función de la Oficina Internacional en la Asamblea y otras reuniones]* El Director General y cualquier miembro del personal designado por él participarán, sin derecho de voto, en todas las reuniones de la Asamblea, los comités y los grupos de trabajo establecidos por la Asamblea. El Director General o un miembro del personal designado por él será, *ex officio*, secretario de ese órgano.

- 3) *[Conferencias]*
 - a) La Oficina Internacional, siguiendo las instrucciones de la Asamblea, preparará las conferencias de revisión.
 - b) La Oficina Internacional podrá consultar a las organizaciones intergubernamentales y a las organizaciones no gubernamentales nacionales e internacionales en relación con la preparación de las conferencias.
 - c) El Director General y las personas que él designe participarán, sin derecho de voto, en las deliberaciones de las conferencias de revisión.

- 4) *[Otras tareas]* La Oficina Internacional ejecutará todas las demás tareas que le sean atribuidas en relación con la presente acta.

Artículo 24
Finanzas

- 1) *[Presupuesto]*
 - a) La Unión particular tendrá un presupuesto.
 - b) El presupuesto de la Unión particular comprenderá los ingresos y los gastos propios de la Unión particular y su contribución al presupuesto de los gastos comunes de las Uniones administradas por la Organización.
 - c) Se considerarán gastos comunes de las Uniones los gastos que no sean atribuidos exclusivamente a la Unión particular, sino también a otra o a otras de las Uniones administradas por la Organización. La parte de la Unión particular en esos gastos comunes será proporcional al interés que tenga en esos gastos.

- 2) *[Coordinación con los presupuestos de otras Uniones]* Se establecerá el presupuesto de la Unión particular teniendo en cuenta las exigencias de coordinación con los presupuestos de las otras Uniones administradas por la Organización.

- 3) *[Fuentes de financiación del presupuesto]* El presupuesto de la Unión particular se financiará con los recursos siguientes:
 - i) las tasas de registro internacional percibidas de conformidad con el Artículo 8 y las tasas y sumas debidas por los demás servicios prestados por la Oficina Internacional por cuenta de la Unión particular;
 - ii) el producto de la venta de las publicaciones de la Oficina Internacional referentes a la Unión particular y los derechos correspondientes a esas publicaciones;
 - iii) las donaciones, legados y subvenciones;
 - iv) los alquileres, intereses y otros ingresos diversos.

- 4) *[Fijación de tasas y sumas; nivel del presupuesto]*
 - a) La cuantía de las tasas mencionadas en el inciso i) del párrafo 3) será fijada por la Asamblea, a propuesta del Director General, quien determinará asimismo las sumas mencionadas en dicho inciso, que se aplicarán provisionalmente, a reserva de la aprobación por la Asamblea en su siguiente período de sesiones.
 - b) La cuantía de las tasas mencionadas en el inciso i) del párrafo 3) se fijará de manera que los ingresos de la Unión particular procedentes de las tasas y otras fuentes permitan como mínimo cubrir todos los gastos de la Oficina Internacional correspondientes a la Unión particular.
 - c) En caso de que al comienzo de un nuevo ejercicio no se haya adoptado el presupuesto, seguirá aplicándose el presupuesto del año precedente, conforme a las modalidades previstas en el Reglamento Financiero de la Organización.

- 5) *[Fondo de operaciones]* La Unión particular poseerá un fondo de operaciones constituido por una aportación única hecha por cada miembro de la Unión particular. Si el fondo resultara insuficiente, la Asamblea decidirá sobre su aumento. La proporción y las modalidades de pago serán determinadas por la Asamblea, a propuesta del Director General.

- 6) *[Anticipos del Estado anfitrión]*
 - a) El Acuerdo de Sede, concluido con el Estado en cuyo territorio tenga su residencia la Organización, preverá que ese Estado conceda anticipos si el fondo de operaciones fuese insuficiente. La cuantía de esos anticipos y las condiciones en que serán concedidos serán objeto, en cada caso, de acuerdos separados entre el Estado en cuestión y la Organización.
 - b) El Estado al que se hace referencia en el apartado a) y la Organización tendrán cada uno el derecho a denunciar el compromiso de conceder anticipos, mediante notificación por escrito. La denuncia surtirá efecto tres años después de terminado el año en el que haya sido notificada.

7) *[Intervención de cuentas]* De la intervención de cuentas se encargarán, según se prevea en el Reglamento Financiero de la Organización, uno o varios Estados miembros de la Unión particular o interventores de cuentas que, con su consentimiento, serán designados por la Asamblea.

Artículo 25 Reglamento

- 1) *[Materia]* Los detalles de ejecución de la presente acta serán determinados por el Reglamento.
- 2) *[Modificación de determinadas disposiciones del Reglamento]*
 - a) El Reglamento podrá especificar que determinadas disposiciones del Reglamento solamente podrán modificarse por unanimidad o por una mayoría de tres cuartos.
 - b) Para que la exigencia de unanimidad o de una mayoría de tres cuartos no se siga aplicando en el futuro a la modificación de una disposición del Reglamento, será necesaria la unanimidad.
 - c) Para que la exigencia de unanimidad o de una mayoría de tres cuartos sea aplicable en el futuro a la modificación de una disposición del Reglamento, será necesaria una mayoría de tres cuartos.
- 3) *[Conflicto entre la presente acta y el Reglamento]* En caso de conflicto entre las disposiciones de la presente acta y las del Reglamento, prevalecerán las primeras.

Capítulo VI Revisión y modificación

Artículo 26 Revisión

- 1) *[Conferencias de revisión]* La presente acta podrá revisarse por conferencias diplomáticas de las Partes Contratantes. La Asamblea decidirá la convocación de las conferencias diplomáticas.
- 2) *[Revisión o modificación de determinados Artículos]* Los Artículos 22 a 24 y 27 podrán ser modificados, bien mediante una conferencia de revisión, bien por la Asamblea, de conformidad con lo establecido en el Artículo 27.

Artículo 27 Modificación de determinados Artículos por la Asamblea

- 1) *[Propuestas de modificación]*
 - a) Las propuestas de modificación de los Artículos 22 a 24 y del presente Artículo podrán ser presentadas por cualquier Parte Contratante o por el Director General.
 - b) Esas propuestas serán comunicadas por este último a las Partes Contratantes al menos seis meses antes de ser sometidas a examen de la Asamblea.

- 2) *[Mayorías]* Para la adopción de toda modificación de los Artículos a los que se hace referencia en el párrafo 1) serán necesarios tres cuartos de los votos emitidos; sin embargo, para la adopción de toda modificación del Artículo 22 y del presente párrafo serán necesarios cuatro quintos de los votos emitidos.
- 3) *[Entrada en vigor]*
- a) Excepto cuando se aplique el apartado b), toda modificación de los Artículos a los que se hace referencia en el párrafo 1) entrará en vigor un mes después de que el Director General haya recibido notificación escrita de su aceptación, efectuada de conformidad con sus respectivos procedimientos constitucionales, de tres cuartos de las Partes Contratantes que eran miembros de la Asamblea y tenían derecho de voto sobre dicha modificación en el momento de adoptar la modificación.
- b) No entrará en vigor ninguna modificación del párrafo 3) ó 4) del Artículo 22, o del presente apartado si, durante los seis meses posteriores a su adopción por la Asamblea, cualquiera de las Partes Contratantes notifica al Director General que no acepta dicha modificación.
- c) Toda modificación que entre en vigor de conformidad con las disposiciones del presente párrafo obligará a todos los Estados y organizaciones intergubernamentales que sean Partes Contratantes en el momento en que la modificación entre en vigor, o que pasen a ser Partes Contratantes en una fecha ulterior.

Capítulo VII **Cláusulas finales**

Artículo 28

Procedimiento para ser Parte en la presente acta

- 1) *[Condiciones para ser Parte]* A reserva de lo dispuesto en el Artículo 29 y en los párrafos 2) y 3) del presente Artículo,
- i) todo Estado que sea parte en el Convenio de París podrá firmar la presente acta y ser parte en ella;
- ii) todo Estado podrá firmar y ser parte en la presente acta si declara que su legislación cumple las disposiciones del Convenio de París en lo que respecta a las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas y las marcas;
- iii) toda organización intergubernamental podrá firmar la presente acta y ser parte en ella a condición de que al menos un Estado miembro de dicha organización intergubernamental sea parte en el Convenio de París, y de que la organización intergubernamental declare que ha sido debidamente autorizada, de conformidad con sus procedimientos internos, a ser parte en la presente acta y que, en virtud del Tratado constituyente de la organización intergubernamental, se aplica una legislación que otorga protección respecto de las denominaciones de origen y/o indicaciones geográficas de conformidad con lo dispuesto en la presente acta.
- 2) *[Ratificación o adhesión]* Los Estados u organizaciones intergubernamentales a los que se hace referencia en el párrafo 1) podrán depositar
- i) un instrumento de ratificación, si han firmado la presente acta, o
- ii) un instrumento de adhesión, si no han firmado la presente acta.
- 3) *[Fecha efectiva de depósito]*
- a) A reserva de lo dispuesto en el apartado b), la fecha efectiva de depósito de un instrumento de ratificación o adhesión será la fecha en que se deposite dicho instrumento.

b) La fecha efectiva de depósito del instrumento de ratificación o adhesión de todo Estado que sea Estado miembro de una organización intergubernamental y con respecto al cual solamente pueda obtenerse la protección de denominaciones de origen sobre la base de legislación que se aplique entre los Estados miembros de la organización intergubernamental, será la fecha en que se depositó el instrumento de ratificación o adhesión de dicha organización intergubernamental, si esa fecha es posterior a la fecha en que se ha depositado el instrumento de dicho Estado. Sin embargo, el presente apartado no será de aplicación con respecto a los Estados que ya sean parte en el Arreglo de Lisboa, y ello sin perjuicio de la aplicación del Artículo 31 en lo que atañe a dichos Estados.

Artículo 29

Fecha en que surten efecto las ratificaciones y adhesiones

1) *[Instrumentos que han de tomarse en consideración]*

A los fines de lo dispuesto en el presente Artículo, sólo se tomarán en consideración los instrumentos de ratificación o de adhesión que sean depositados por los Estados o por las organizaciones intergubernamentales mencionados en el párrafo 1) del Artículo 28 y que tengan una fecha efectiva en consonancia con lo dispuesto en el párrafo 3) del Artículo 28.

2) *[Entrada en vigor del Arreglo]* La presente acta entrará en vigor tres meses después de que cinco partes que reúnan las condiciones mencionadas en el Artículo 28 hayan depositado sus instrumentos de ratificación o adhesión.

3) *[Entrada en vigor de las ratificaciones y adhesiones]*

a) Todo Estado u organización intergubernamental que haya depositado su instrumento de ratificación o de adhesión como mínimo tres meses antes de la fecha de entrada en vigor de la presente acta, quedará obligado por la presente acta en la fecha de su entrada en vigor.

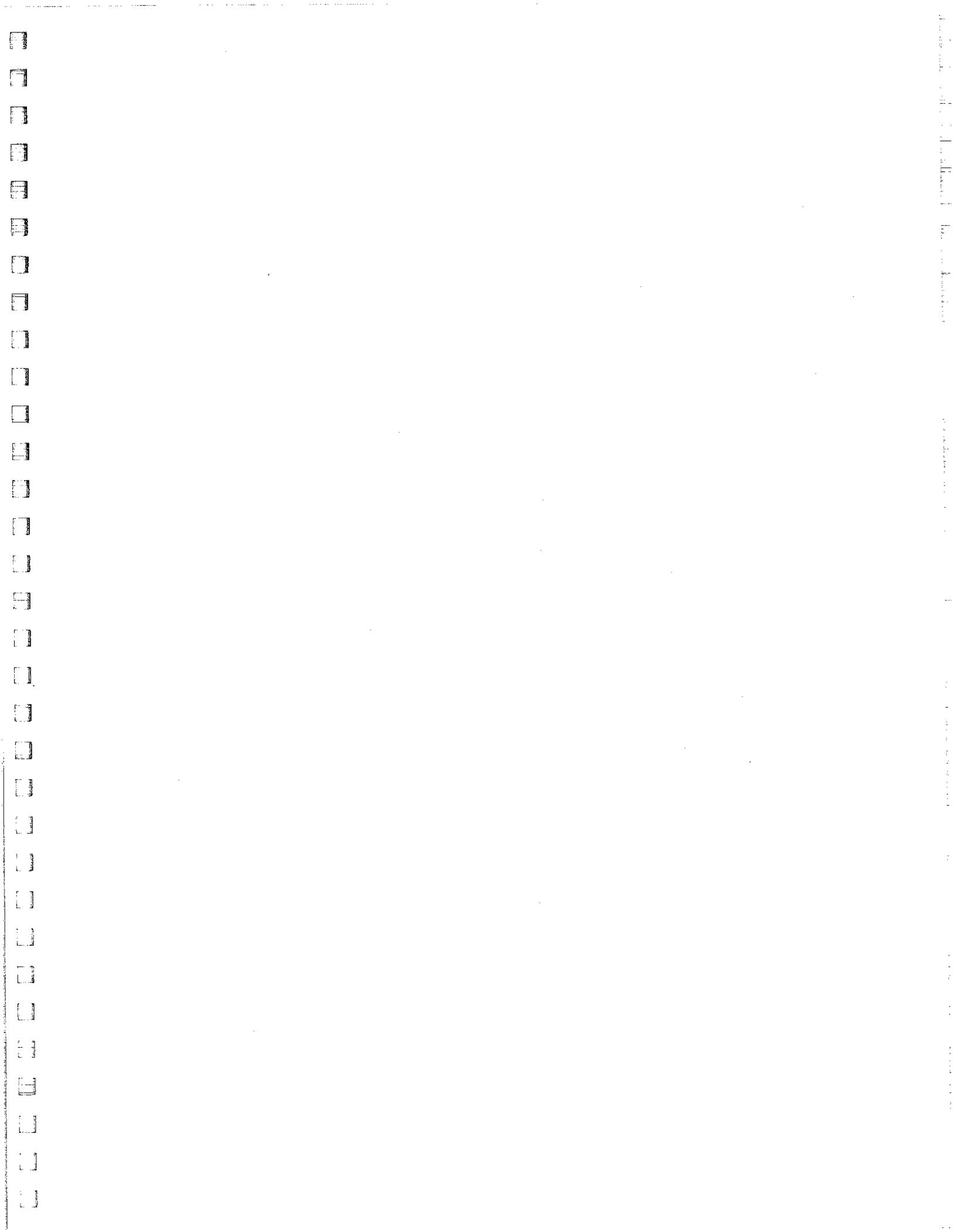
b) Cualquier otro Estado u organización intergubernamental quedará obligado por la presente acta tres meses después de la fecha en que haya depositado su instrumento de ratificación o de adhesión o en una fecha posterior indicada en dicho instrumento.

4) *[Registros internacionales efectuados antes de la adhesión]* En el territorio del Estado u organización intergubernamental adherente, los beneficios de la presente acta se aplicarán respecto de las denominaciones de origen ya registradas en virtud de la presente acta cuando la adhesión sea efectiva, con sujeción a las disposiciones del Capítulo IV, que se aplicará *mutatis mutandis*. Sin embargo, el Estado u organización intergubernamental adherente podrá especificar, en una declaración adjunta a su instrumento de ratificación o de adhesión, una prórroga del plazo previsto en el párrafo 1) del Artículo 15, y de los plazos previstos en el Artículo 17, con arreglo a los procedimientos especificados en el Reglamento a ese respecto.

Artículo 30

Prohibición de reservas

No se podrán formular reservas a la presente acta.



Artículo 31
Aplicación del Arreglo de Lisboa

- 1) *[Relaciones entre los Estados parte tanto en la presente acta como en el Arreglo de Lisboa]* Únicamente la presente acta será aplicable en lo que respecta a las relaciones mutuas entre los Estados parte tanto en la presente acta como en el Arreglo de Lisboa.
- 2) *[Relaciones entre los Estados parte tanto en la presente acta como en el Arreglo de Lisboa y los Estados parte en el Arreglo de Lisboa que no sean parte en la presente acta]* Todo Estado que sea parte tanto en la presente acta como en el Arreglo de Lisboa continuará aplicando el Arreglo de Lisboa en sus relaciones con los Estados parte en el Arreglo de Lisboa que no sean parte en la presente acta.

Artículo 32
Denuncia

- 1) *[Notificación]* Toda Parte Contratante podrá denunciar la presente acta mediante notificación dirigida al Director General.
- 2) *[Fecha en que surte efecto]* La denuncia surtirá efecto un año después de la fecha en que el Director General haya recibido la notificación o en una fecha posterior indicada en la notificación. No afectará a la aplicación de la presente acta en lo que atañe a las solicitudes en trámite y a los registros internacionales en vigor respecto de la Parte Contratante que haya formulado la denuncia en el momento en que surta efecto la denuncia.

Artículo 33
Idiomas del tratado; firma

- 1) *[Textos originales; textos oficiales]*
 - a) La presente acta será firmada en un solo ejemplar original en los idiomas español, árabe, chino, francés, inglés y ruso, considerándose todos los textos como igualmente auténticos.
 - b) El Director General establecerá textos oficiales, después de consultar a los Gobiernos interesados, en los otros idiomas que la Asamblea pueda indicar.
- 2) *[Plazo para la firma]* La presente acta quedará abierta a la firma en la sede de la Organización durante un año a partir de su adopción.

Artículo 34
Depositario

El Director General será el depositario de la presente acta.

[Fin del Anexo y del documento]



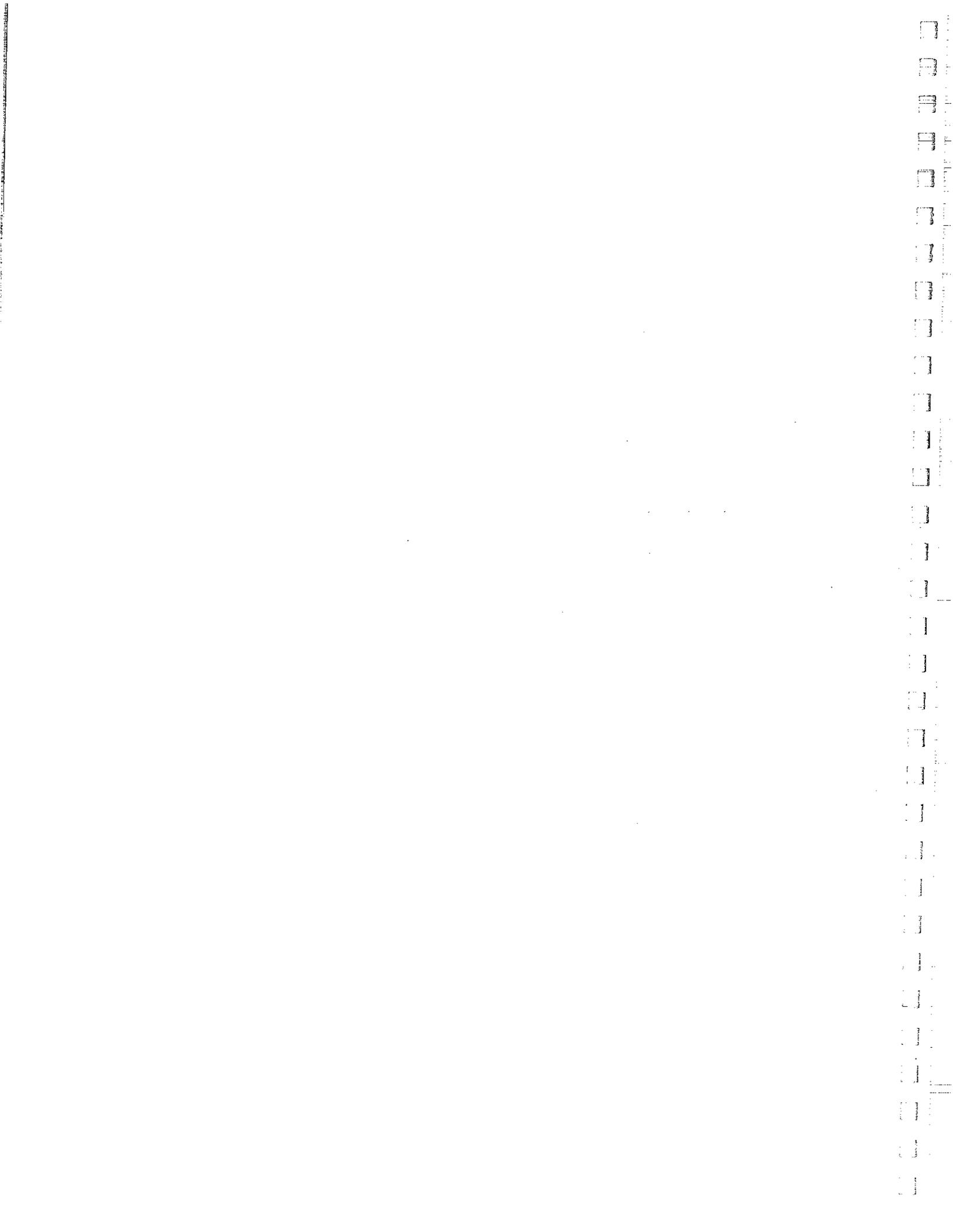
ANEXO 3.- Cuadro de relación de Tratados administrados por la OMPI.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

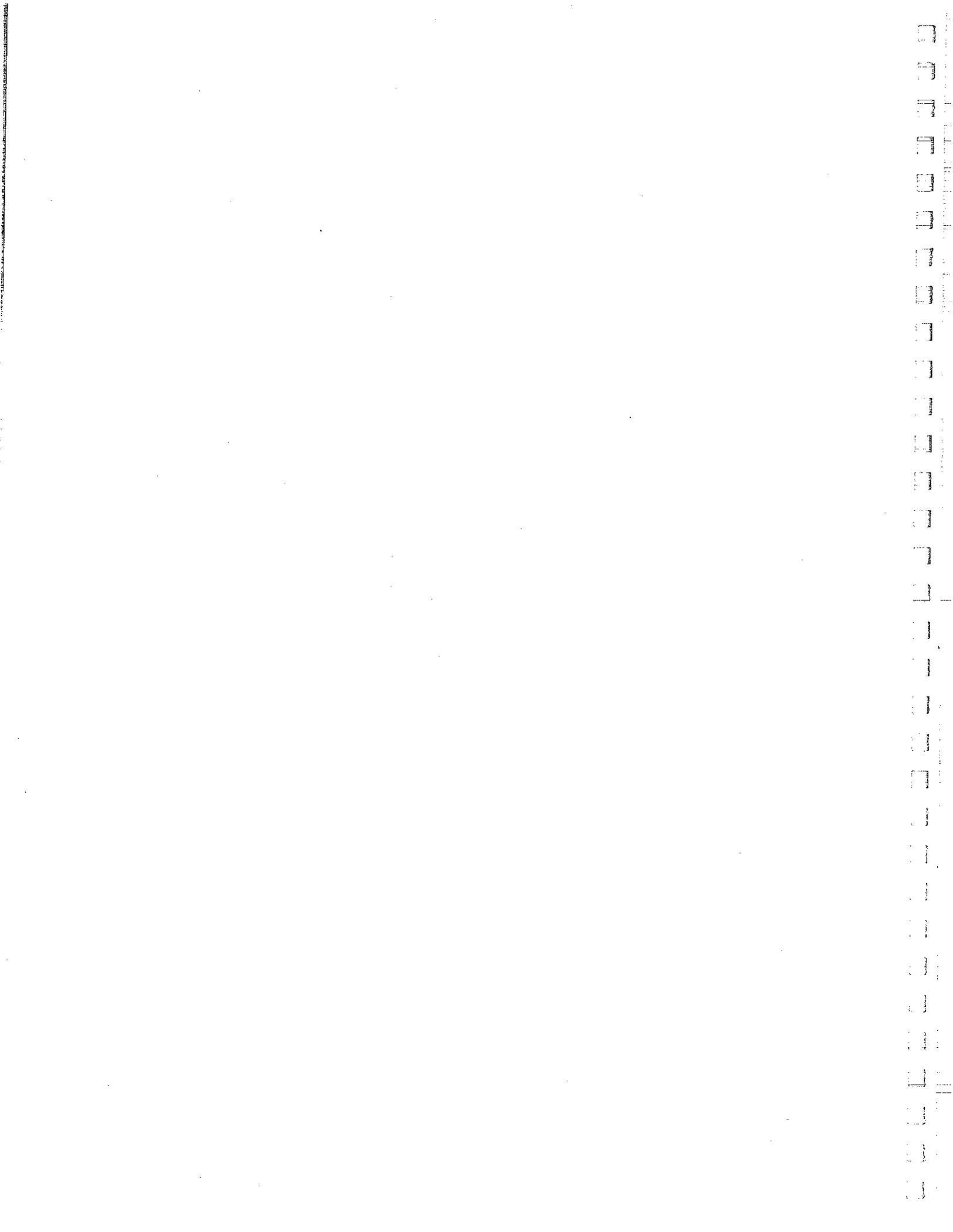
	Australia	Canadá	EEUU	Japón	Ni Zelandia	Singapur	Unión Europea	México
Convenio de París	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
Arreglo de Lisboa							Bulgaria; Eslovaquia; Francia; Hungría; Italia; Portugal; Rep. Checa; Rumania.	Si
Arreglo de Madrid	No	No	No	No	No	No	Alemania; Austria; Belgica; Chipre; Croacia; Eslovaquia; Eslovenia; Es paña; Francia; Hungría; Italia; Letonia; Luxemburgo; Países Bajos; Polonia; Portugal; Rep. Checa.	No
Protocolo de Madrid	No	No	No	No	No	No	Alemania; Austria; Belgica; Chipre; Croacia; Dinamarca; Eslovaquia; Eslovenia; Es paña; Finlandia; Francia; Hungría; Grecia; Irlanda; Italia; Letonia; Lituania; Luxemburgo; Países Bajos; Polonia; Portugal; Reino Unido; Rep. Checa; Suecia; Rumania; UNIÓN EUROPEA.	Si

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

	Australia	Canadá	EEUU	Japón	N. Zelanda	Singapur	Unión Europea	México
Tratado de Singapur Sobre el Derecho de Marcas							Alemania; Austria; Belgica; Croacia; Dinamarca; Eslovaquia; España; Finlandia; Francia; Hungría; Italia; Letonia; Lituania; Luxemburgo; Países Bajos; Polonia; Portugal; Reino Unido; Rep. Checa; Suecia; Rumania.	
	Si	No	Si	No	Si	Si		Si
Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT)							Alemania; Austria; Belgica; Croacia; Dinamarca; Eslovaquia; Eslovenia; España; Finlandia; Grecia; Francia; Hungría; Grecia; Irlanda; Italia; Letonia; Lituania; Luxemburgo; Países Bajos; Polonia; Portugal; Rep. Checa; Rumania; UNIÓN EUROPEA.	
	Si	No	Si	Si	No	No		Si



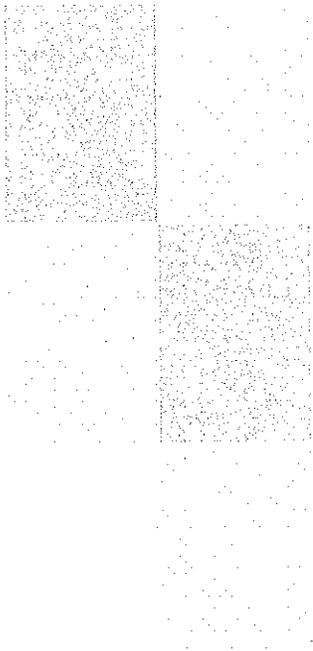
	Australia	Canadá	EEUU	Japón	N. Zelanda	Singapur	Unión Europea	México
Arreglo de Madrid Relativo a la Represión de las Indikaciones de procedencia Falsas o Engañosas	No	No	No	Si	Si	No	Alemania; Eslovaquia; España; Francia; Hungria; Irlanda; Italia; Reino Unido; Rep. Checa; Polonia; Portugal; Suecia.	No





**MATRIZ COMPARATIVA QUE SEÑALA LAS SIMILITUDES Y
DIFERENCIAS RELEVANTES DE LOS SISTEMAS
JURÍDICOS, PROCESOS, COSTOS, TIEMPOS Y
PARTICULARIDADES SOBRE LA ADMINISTRACIÓN Y
MANTENIMIENTO DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS
Y DENOMINACIONES DE ORIGEN.**

TERCER ENTREGABLE



Noviembre 2014



CONTENIDO

- I. INTRODUCCIÓN.

- II. ANÁLISIS COMPARATIVO.

- III. MATRICES COMPARATIVAS.

- IV. DIAGRAMAS DE PROCEDIMIENTOS DE REGISTRO.



Matriz comparativa de Estados Unidos, Nueva Zelanda, Australia, Canadá, Japón, Singapur y el régimen comunitario de la Unión Europea, en materia de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

I. Introducción.

El presente documento presentará un análisis, acompañado de una Matriz comparativa, que señalará las similitudes y diferencias relevantes de los sistemas jurídicos de los países seleccionados para el estudio, tomando en cuenta procesos, costos, tiempos y particularidades sobre la administración y mantenimiento de las Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen.

II. Análisis comparativo.

Una forma inicial de comparar los distintos marcos jurídicos de protección de las indicaciones geográficas en los distintos países se refiere a si se trata de un sistema *sui generis* o basado en un régimen de marcas.

Tipo de sistema	Países (más UE)
<i>Sui generis</i>	Unión Europea Malasia Singapur Vietnam
Régimen de marcas	Estados Unidos Canadá Australia Nueva Zelanda Brunei Darussalam

Se puede encontrar que la mayoría de los países estudiados ha incorporado un régimen de marcas para la protección de indicaciones geográficas. La mayoría de los países con sistema marcario son anglosajones; la Unión Europea (UE) agrupa a 28 Estados europeos, mientras Malasia, Singapur y Vietnam pertenecen al sureste asiático.

Tres de los países con sistema *sui generis* (aquellos del sureste asiático) reconocen la figura de indicación geográfica, mientras la UE provee esta figura y denominación de origen.

Por otra parte, todos los países con régimen de marcas reconocen marcas de certificación y marca colectiva. No obstante, Australia y Canadá solamente proveen marcas de certificación, mientras Estados Unidos reconoce, además de las dos figuras anteriores, la marca comercial.

Destaca Japón por estipular una figura marcaria diferente, la marca colectiva regional. Asimismo, Singapur, que tiene un sistema *sui generis*, también permite el registro de indicaciones geográficas bajo un régimen marcario, cuyo procedimiento de registro será abordado en el presente documento.

País (más UE)	Indicación geográfica	Denominación de origen	Marca de certificación	Marca colectiva	Marca comercial	Otra figura
Australia	Sí*		Sí			
Brunei			Sí	Sí		
Canadá	Sí**		Sí			
EE.UU.			Sí	Sí	Sí	
Japón						Marca colectiva regional
Malasia	Sí					
Nueva Zelanda	Sí**		Sí	Sí		
Singapur	Sí		Sí	Sí		
Unión Europea	Sí	Sí				
Vietnam	Sí					

* Para vinos

** Para vinos y bebidas espirituosas

La principal similitud relevante en los sistemas jurídicos de los países analizados es que todos reconocen productos protegidos con Indicaciones Geográficas o Denominaciones de Origen a través de tratados bilaterales o multilaterales, que se encuentren protegidos como tales en el país de origen.

Así pues, aun y cuando países como Estados Unidos y Japón, que no contemplan en su sistema jurídico la figura legal de Denominación de Origen o Indicación geográfica, en los Tratados de Libre Comercio de los que son suscriptores sí realizan reconocimientos expresos a Denominaciones de origen, tal es el caso de las Denominaciones de Origen de México como tequila y mezcal,

reconocidos en el TLC entre México, Estados Unidos y Canadá y el Acuerdo de Asociación Económica México-Japón.

Los procedimientos de registro de indicaciones geográficas de los países seleccionados se advierte que, a excepción de la Unión Europea, emanan de regímenes que, en su mayoría, están basados en el sistema de marcas.

Estados Unidos se basa principalmente en el registro de marcas de certificación, aun cuando tiene reconocimiento de Denominaciones de Origen exclusivamente para los vinos; Australia y Canadá reconocen a las Indicaciones Geográficas también sólo para vinos. Nueva Zelanda reconoce el registro de Indicaciones Geográficas para vinos y bebidas espirituosas, pero su legislación al respecto aun no entra en vigor.

En Japón existen las marcas colectivas y colectivas regionales, mientras que en Malasia, Vietnam, Singapur y la Unión Europea se registran indicaciones geográficas, además de denominaciones de origen en esta última.

Así pues, cabe destacar dos observaciones. La primera consiste en que todos los procesos de registro son similares en cuanto a su estructura, sin importar si son para un régimen de marcas o *sui generis*. Por otro lado, los sistemas estudiados establecen tiempos diversos para cada etapa del procedimiento.

En algunos casos, como se podrá notar más adelante, algunos países son más precisos que otros al momento de estipular periodos; difícilmente un país provee lapsos determinados para todos los pasos del procedimiento de registro.

Amerita énfasis el proceso de oposición al registro, ya que es la única fase que tiene tiempos plenamente determinados en todas las legislaciones. Para poder oponerse al registro de una marca/indicación geográfica, se debe presentar la oposición dentro del término establecido en la legislación, mismo que en todos los países seleccionados fluctúa entre uno y tres meses dentro contados a partir de la publicación.

Todos los procesos de registro analizados contienen etapas de oposición, principal diferencia con nuestro país que no lo contempla,



más que en el Artículo 161¹ de la Ley de la Propiedad Industrial de manera específica para las Denominaciones de Origen.

Como se mencionó, se puede encontrar una estructura similar entre todos los procesos de registro. Para fines analíticos, estos pasos se clasificarán y describirán a continuación:

- **Examinación:** primera etapa, posterior a la recepción de la solicitud de registro. Es realizada por la Oficina de propiedad intelectual/Comisionado/Registro, quien debe determinar si la solicitud cumple con los requerimientos de la respectiva legislación nacional. Tiene un tiempo establecido en algunos sistemas. Al terminar esta fase, se envía un reporte al solicitante, con respecto a si su solicitud cumple o no con los requerimientos.
- **Respuesta:** si al recibir el reporte de la autoridad competente, éste determina que existen cuestiones en la solicitud que impiden su aceptación, el solicitante dispondrá de un período, en algunas legislaciones estipulado, para resolver los problemas planteados y entregarlos a la autoridad.
- **Apelación:** la autoridad competente puede rechazar la solicitud si la respuesta del solicitante no es satisfactoria. No obstante, el solicitante, no estando de acuerdo con la decisión de la autoridad, puede apelar su decisión. Por lo general esta fase se ubica entre la respuesta del solicitante y la publicación de la solicitud; aunque en algunas legislaciones puede apelarse también en fases posteriores.
- **Publicación:** Al haber decidido aceptar la solicitud de registro, la autoridad competente se dispone a publicarla en la Gaceta respectiva. Esta etapa se refiere al tiempo que tardará la autoridad en publicar una vez tomada su decisión.
- **Oposición:** Es el tiempo que disponen los interesados, después de la publicación de la solicitud y antes de la etapa de registro, para presentar una oposición contra la procedencia del registro de la marca/indicación geográfica. En

¹ **Artículo 161.-** Cuando los documentos presentados satisfagan los requisitos legales, el Instituto publicará en el Diario Oficial un extracto de la solicitud. Si el procedimiento se inicia de oficio, el Instituto publicará en el Diario Oficial un extracto de las menciones y requisitos establecidos en las fracciones III a la VII del artículo 159 de esta Ley. En ambos casos el Instituto otorgará un plazo de dos meses, contados a partir de la fecha de publicación para que cualquier tercero que justifique su interés jurídico, formule observaciones u objeciones y aporte las pruebas que estime pertinentes



todos los países seleccionados está determinado, que el opositor cuente con interés jurídico.

- Evidencias: se refiere al tiempo que disponen el solicitante y el opositor para presentar evidencias que apoyen su posición. Normalmente esta etapa se divide en fases según a quién corresponde presentar sus argumentos.
- Registro: en caso de que la autoridad competente haya decidido a favor del solicitante otorgar registro a su marca/indicación geográfica, después de un tiempo se dispondrá a notificar al interesado, así como hacer público y aplicable el registro.

Una vez expuestas las fases en las que se desarrollan los distintos procedimientos de registro, cabe hacer una comparación entre los periodos especificados o no por cada país seleccionado para llevar a cabo cada etapa:

	Examen	Respuesta	Apelación	Publicación	Oposición	Evidencias	Registro
Australia	13 semanas	15 meses			2 meses	5 meses divididos en fases	6 meses tras publicación
Canadá	6 meses			5 semanas	2 meses	2 meses, puede extenderse a 2 años	4 semanas tras pago
EE.UU.	1.5 meses	6 meses		3 meses	30 días	40 días 6 meses 2.5 meses	11 semanas tras publicación
Japón			30 días		2 meses		
Nueva Zelanda	15 días hábiles	12 meses	20 días hábiles		3 meses	7 meses divididos en fases	Mín. 6 meses tras fecha de presentación
Singapur	9 meses				2 meses	15 meses divididos en fases	
UE	6 meses				3 meses	2 meses 3 meses +3 meses máx.	
Brunei		2 meses			3 meses	13 meses divididos en fases y audiencia	
Malasia					2 meses	2 meses	
Vietnam	1 mes 6 meses	1 mes	90 días 30 días	2 meses	1 mes	1 mes	10 días tras pago 2 meses tras decisión

Se puede encontrar que Vietnam y Nueva Zelanda son los dos países que especifican en su totalidad y casi en su totalidad



(respectivamente) los lapsos para cada etapa en sus procesos de registro. En cambio, Brunei y Japón proveen la menor cantidad de tiempos.

Es necesario observar que los tiempos determinados para el registro en Australia, Estados Unidos y Nueva Zelanda, se cumplen siempre y cuando no exista un procedimiento de oposición. Tomando en cuenta la oposición, autoridades afirman que un proceso de registro puede prolongarse hasta 21 meses en Australia y de 12 a 18 meses en Brunei, por dar algunos ejemplos.

Asimismo, el sistema vietnamita no presta una atención similar a aquella del resto de los países seleccionados. Más aun, en Vietnam existen dos etapas de examinación: una formal (examen de forma), que coincide con las examinaciones de las otras legislaciones (primer paso), y una sustantiva (examen de fondo), posterior a la publicación y más exigente.

Continuando con las particularidades entre los diversos procedimientos de registro, se puede mencionar la fase de apelación. Aunque, de manera más o menos explícita según cada legislación, todas proveen que el interesado puede apelar la decisión de la autoridad competente.

La diferencia radica en la entidad ante la que se realiza esta apelación; la que se puede instaurar ante los tribunales respectivos del país, tribunales dedicados a propiedad intelectual u otros organismos. A continuación se expone el contraste entre las diferentes legislaciones:

	Tribunal	Tribunal de PI	Otra entidad
Australia	Tribunal Federal o de Circuito		
Canadá	Tribunal Federal		
EE.UU.			Consejo de Juicios y Apelaciones de Marcas
Japón	Tribunal Supremo	Alto Tribunal de Propiedad Intelectual	Colegio de examinadores de apelación
Nueva Zelanda	Tribunal		
Singapur	Tribunal Supremo		
UE		El de cada País miembro	Comisión Europea
Brunei	Tribunal		
Malasia	Tribunal		



Vietnam	Tribunal Administrativo		Director de Oficina de Propiedad Intelectual Ministro de Ciencia y Tecnología
---------	----------------------------	--	--

Es digno resaltar el caso de Vietnam, ya que su proceso de apelación se puede realizar ante tres entidades diferentes. Primero se puede acudir ante el Director de la Oficina Nacional de Propiedad Intelectual de Vietnam. Si no es satisfactoria su respuesta o no existe tal, se apela ante el Ministro de Ciencia y Tecnología. Si sigue insatisfecho el interesado, puede proceder legalmente ante tribunales.

Otros casos destacables son Estados Unidos, cuya entidad de apelación es un Consejo, y Japón, que dispone de un tribunal dedicado a propiedad intelectual al que se apela si la decisión de un colegio de examinadores no satisface al interesado.

Más allá de los tres casos citados, la tendencia de los países seleccionados consiste en apelar ante tribunales parte de su sistema judicial, o el Tribunal Supremo del país.

En el caso de la Unión Europea, La Comisión Europea es el órgano supremo de la iniciativa legislativa e importantes poderes ejecutivos en ámbitos como la competencia y el comercio exterior. Es el principal órgano ejecutivo de la Unión Europea.

En México, una negativa de Marca o Denominación de Origen es apelable también ante varias instancias jurisdiccionales, incluso existe un Tribunal Especializado en Materia de Propiedad Intelectual.

Es pertinente notar la existencia de otra similitud en todos los países seleccionados que se rigen bajo un régimen de marcas, misma que estriba en el otorgamiento del registro de marcas con una vigencia de 10 años, para poderse renovar por lapsos de la misma duración.

Por su parte, en los dos países que tienen sistema *sui generis* para indicaciones geográficas, Malasia y Vietnam, así como en la Unión Europea, se otorga la protección por un lapso indefinido, mientras las condiciones que dieron origen a la concesión se mantengan en existencia.



País (más UE)	Vigencia	Renovación
Australia	10 años	10 años
Canadá	10 años	10 años
EE.UU.	10 años	10 años
Japón	10 años	10 años
Nueva Zelanda	10 años	10 años
Singapur	10 años	10 años
UE	Indefinida	
Brunei	10 años	10 años
Malasia	Indefinida	
Vietnam	Indefinida	

Con respecto a costos, los siguientes cuadros detallarán las tarifas establecidas por cada país para los diferentes pasos del procedimiento de registro, primero en sus monedas nacionales y, después, convertidas a dólares estadounidenses. Cabe destacar que, al nivel de la Unión Europea, el registro de indicaciones geográficas está libre de costos².

Costos en monedas nacionales

País	Moneda	Tarifa (por clase)		Oposición	Registro
		Papel	En línea		
Australia	AUD \$	220	120-200	250	300
Brunei	BND	150		250	
Canadá	C\$	300	250	750	200
Japón	¥	3400+			37600
		8600			
Malasia	RM	250		450	450
Nueva Zelanda	NZ\$		150	350	
Singapur	S\$	374	341	374	
EE.UU.	USD \$	375	325		300

² http://ec.europa.eu/agriculture/events/2011/gi-africa-2011/q-a-manual_en.pdf



TERCER ENTREGABLE

			275 TEAS plus		
Vietnam	VND	180000	100000		120000

Costos convertidos a dólares estadounidenses

País	Moneda	Tarifa (por clase) en USD*		Oposición	Registro
		Papel	En línea		
Australia	AUD \$	192.76	105.14- 175.24	219	262.86
Brunei	BND	117.63		196	
Canadá	C\$	266.70	222.25	666.75	177.80
Japón	¥	31.85+ 80.58			352.31
Malasia	RM	76.35		137.44	137.44
Nueva Zelanda	NZD \$		119	277.69	
Singapur	S\$	299.12	272.73	299.12	
EE.UU.	USD \$	375	325 275 TEAS plus		300
Vietnam	VND	8.46	4.70		5.64

*Considerando el tipo de cambio del dólar estadounidense (USD) al 17 de octubre de 2014.



III. Matrices comparativas.

A continuación se presenta una matriz comparativa de los requisitos, costos, vigencia, documentación requerida y características especiales por cada país y el caso de la Unión Europea como régimen comunitario.

CANADÁ

	Figura Legal	Indicación Geográfica y Marca de Certificación
	Autoridad Competente	Agriculture and Agri-Food Canada www.agr.gc.ca - Industry Canada - Canadian Intellectual Property Office (CIPO) www.cipo.ic.gc.ca
Requisitos de solicitud	Formato	Solicitarlos a CIPO previo registro del solicitante. Protocolo de Madrid (trámite provisto por el IMPI)
	Idioma(s)	Inglés y francés
	Personalidad Solicitante	Licencia de Uso para persona u organización
	Acreditación origen	Documentación Oficial país de origen.
	Tiempo proceso	33 semanas de no existir oposición, en su caso más de 2 años.
	Costo	\$250 C. Electrónica. \$300 C. Papel + \$200 C. Registro. \$350 C., Renovación electrónica \$400 C. Renovación en papel.
	Vigencia	15 años renovables.
	Característica especial	Representante Local (agente de marca registrado- "Registered Trademark Agent"/ Sistema de Oposición. / Requiere uso por el titular en Canadá, cancelación por no uso en plazo 3 años./ Licencia de Uso a terceros
	Recomendación figura legal	Indicación Geográfica para vinos y espirituosas y Marca de Certificación o Marca Notoriamente Conocida para otros productos
	Documentación requerida	Solicitud en línea previo registro en CIPO. Descripción del territorio de origen del vino o espirituosa. Especificar la ley que protege la IG en el territorio del miembro de la OMC

Nota: Se puede solicitar una indicación geográfica respecto de vinos o bebidas espirituosas, siempre y cuando sean originarios de un territorio de un miembro de la OMC o de una localidad o territorio cuando la calidad, reputación u otras características de los vinos y bebidas espirituosas sean esencialmente atribuibles a su origen geográfico. Se requiere proporcionar la fecha oficial de protección de la IG en el territorio del miembro de la OMC.



ESTADOS UNIDOS

	Figura Legal	Marca de Certificación
	Autoridad Competente	US Patent and Trademark Office (USPTO) www.uspto.gov
Requisitos de solicitud	Formato	En línea a través del Protocolo de Madrid (trámite provisto por el IMPI)
	Idioma(s)	Inglés
	Personalidad Solicitante	Titular de la Indicación Geográfica
	Acreditación origen	
	Tiempo proceso	40-42 semanas si no hay problemas ni oposición
	Costo	TEAS plus form \$275 por Clase; TEAS form \$325 por Clase. (TEAS= Trademark Electronic Application System)
	Vigencia	10 años renovables
	Característica especial	Sistema de Oposición
	Recomendación figura legal	Marca de Certificación
	Documentación requerida	

AUSTRALIA

	Figura Legal	Marca de Certificación
	Autoridad Competente	Intellectual Property Australia (IP Australia) www.ipaustralia.gov.au
Requisitos de solicitud	Formato	Formatos en línea vía Protocolo de Madrid (tramite provisto por IMPI)
	Idioma(s)	Inglés
	Personalidad Solicitante	Público y privado
	Acreditación origen	Documentación Oficial país de origen
	Tiempo proceso	80 semanas más tiempo análisis de OMPI por Protocolo de Madrid. Solicitud de examen expedito requiere justificación
	Costo	\$120 a \$200 A. Electrónica. \$220 A. papel. + \$300 A. registro. / Otros costos Protocolo de Madrid/ Por clase
	Vigencia	10 años renovables
	Característica especial	Aprobación Australian Competition & Consumer Commission (ACCC). (ver nota) / Rep. Local/ Sistema de Oposición/ Protocolo de Madrid
	Recomendación figura legal	Marca de certificación
	Documentación requerida	Norma y Organismo Verificador

Nota: Una vez recibida la solicitud de la marca de certificación por IPAustralia, ésta la envía a la Comisión Australiana de Competencia y Consumo (ACCC) que a su vez contacta al solicitante para indicarle si requiere mayor información y el tiempo estimado del trámite. Este proceso dura aproximadamente 3 meses a partir de la fecha de recepción de la solicitud en la ACCC.



NUEVA ZELANDA

	Figura Legal	Indicación Geográfica, Marca de Certificación y Marca Colectiva (trade Mark Act 2002)
	Autoridad Competente	Intellectual Property Office of New Zealand (IPONZ) www.iponz.govt.nz
Requisitos de solicitud	Formato	Formatos en línea vía Protocolo de Madrid (trámite provisto por IMPI)
	Idioma(s)	Inglés
	Personalidad Solicitante	Organismo certificador del país de origen.
	Acreditación origen	Documentación Oficial país de origen. Reglas de Uso en el país de origen.
	Tiempo proceso	24semanas después de solicitud sin objeción u oposición.
	Costo	\$150 NZ. por clase
	Vigencia	10 años renovables
	Característica especial	Sistema de Oposición/ Se requiere que el titular de la marca de certificación presente reglas de uso y características de la misma
Recomendación figura legal	Indicación geográfica (Fair Trading Act 1986) para vino y bebidas espirituosas (Geographical Indications Registration Act 2006- Aún no vigente) y marca de certificación para otros productos	
Documentación requerida	Reglas de Uso en país de origen dentro de los 6 meses después de la solicitud	

Nota: Falta interpretación jurídica del Art. 20 de la Trade Mark Act de 2002.

VIETNAM

	Figura Legal	Indicación Geográfica
	Autoridad Competente	National Office of Intellectual Property (NOIP) www.noip.gov.vn
Requisitos de solicitud	Formato	En línea a través del Protocolo de Madrid (trámite provisto por el IMPI)
	Idioma(s)	Inglés y traducción al vietnamita
	Personalidad Solicitante	Personas morales o físicas
	Acreditación origen	Documentación Oficial país de origen.
	Tiempo proceso	
	Costo	\$VND 180 solicitud en papel, \$VND 100 solicitud electrónica, \$VND 120 publicación de la solicitud, \$VND 120 por Certificado de Registro, \$VND 420 examen sustantivo
	Vigencia	10 años renovables
	Característica especial	
	Recomendación figura legal	Indicación Geográfica
	Documentación requerida	Ver nota

Nota: Se requiere proveer la descripción de las características peculiares, la calidad y la reputación del producto a proteger con una Indicación Geográfica, así como el mapa de la región geográfica. Es necesario someter documentación oficial que evidencie que la Indicación Geográfica está debidamente protegida en el país de origen, lo que podría complicar la protección de las Denominaciones de Origen mexicanas que no cuentan con Norma Oficial Mexicana y Organismo Evaluador de la Conformidad.



MALASIA

	Indicación Geográfica. "Geographical Indications Act 2000 y Geographical Indications Regulations 2001".	
Figura Legal		
Autoridad Competente	Intellectual Property Corporation of Malaysia (MyIPO) www.myipo.gov.my	
Requisitos de solicitud	Formato	Formatos de solicitud en línea, Se requiere obtener un "Digital ID" con un costo por suscripción anual de RM 320.00
	Idioma(s)	Inglés
	Personalidad Solicitante	Público y privado
	Acreditación origen	Documentación Oficial país de origen. Se debe presentar un mapa con la demarcación del área geográfica con la Forma GI 1.
	Tiempo proceso	
	Costo	Solicitud RM 250 + RM 450 por el Registro
	Vigencia	Inicial 20 años y 10 años renovables subsecuentemente
	Característica especial	Sistema de Oposición/Representante y domicilio local
	Recomendación figura legal	Indicación Geográfica
	Documentación requerida	Ver nota

Nota: Expresamente se excluyen de protección las Indicaciones Geográficas que no estén o hayan dejado de estar protegidas o que hayan caído en desuso en el país de origen. Esta situación podría complicar la obtención de Indicaciones Geográficas para los productos mexicanos que cuentan con Denominación de Origen pero carecen de Norma Oficial Mexicana y Organismo Evaluador de la Conformidad.



SINGAPUR

	Figura Legal	Indicación Geográfica y Marca de Certificación
	Autoridad Competente	Intellectual Property Office of Singapore (IPOS) www.ipos.gov.sg
Requisitos de solicitud	Formato	Solicitud en línea (TM 4 para Marca de Certificación) vía Protocolo de Madrid (trámite provisto por el IMPI)
	Idioma(s)	Inglés
	Personalidad Solicitante	Público y privado
	Acreditación origen	Certificación del origen, materiales, modo de producción y calidad
	Tiempo proceso	Ver nota
	Costo	Para Marca de Certificación S\$374 papel, S\$341 electrónica.
	Vigencia	10 años renovables
	Característica especial	Representante local
	Recomendación figura legal	Indicación Geográfica
	Documentación requerida	Ver nota

Nota: En Singapur se puede obtener protección a través de una Indicación Geográfica (Ley de Indicaciones Geográficas - "Geographical Indications Act") o mediante una Marca de Certificación (Ley de Marcas - "Trade Marks Act"). En el caso de Indicaciones Geográficas, sólo se protegen si el país originario es miembro de la Organización Mundial del Comercio o es parte de la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial o es designado por el gobierno de Singapur. Los productores, comercializadores o asociaciones de productores o comercializadores de cualquier Indicación Geográfica gozan de **protección automática**.



BRUNEI DARUSSALAM

	Figura Legal	Marca de Certificación
	Autoridad Competente	Brunei Intellectual Property Office (BruIPO) www.brunei-patent.com.bn
Requisitos de solicitud	Formato	En línea página web BruIPO
	Idioma(s)	Inglés
	Personalidad Solicitante	Público y privado
	Acreditación origen	Documentación Oficial país de origen. Reglas de Uso de la Marca de Certificación
	Tiempo proceso	Indefinido. Art. 26 Publication of Application Trade Mark Rules (2000)
	Costo	\$150 Bn. por clase
	Vigencia	10 años renovables
	Característica especial	Sistema de oposición / Agente con domicilio en Brunei
	Recomendación figura legal	Marca de Certificación.
	Documentación requerida	Presentar dentro de los 9 meses posteriores a la solicitud las Reglas de Uso de la Marca de Certificación en el formato TM 23.



JAPÓN

	Figura Legal	Marca Regional Colectiva (Regional Collective Trademark)
	Autoridad Competente	Japan Patent Office (JPO) www.jpo.go.jp
Requisitos de solicitud	Formato	En línea y a través del Protocolo de Madrid (trámite provisto por el IMPI)
	Idioma(s)	Inglés
	Personalidad Solicitante	Asociaciones de productores
	Acreditación origen	Documentación oficial y Reglas de Uso
	Tiempo proceso	20 meses desde la presentación de la solicitud hasta la primer acción oficial por la JPO
	Costo	Y 3,400 + Y 8,600 por Clase. Y 37,600 por Registro por Clase.
	Vigencia	10 años renovables
	Característica especial	Sistema de Oposición. Representante/Agente en Japón
	Recomendación figura legal	Marca Regional Colectiva
	Documentación requerida	Ver nota

Nota: De conformidad con el Artículo 8 del Acuerdo para el Fortalecimiento de la Asociación Económica entre los Estados Unidos Mexicanos y el Japón, las Indicaciones para bebidas espirituosas listadas en el Anexo 3 son Indicaciones Geográficas referidas en el párrafo 1 del Artículo 22 del Acuerdo ADPIC de la OMC y por tanto están protegidas Tequila y Mezcal. El inciso 2 del Artículo 8 indica que el Comité Conjunto, de conformidad con el inciso 2 (e) (i) del Artículo 165, podrá adoptar las modificaciones al Anexo 3 propuestas por las partes y serán confirmadas mediante un intercambio de notas diplomáticas. Lo anterior podría ser el trámite para la protección de Bacanora, Sotol y Charanda.



UNIÓN EUROPEA

	Figura Legal	Indicación Geográfica, Denominación de Origen y Especialidad Tradicional Garantizada.
	Autoridad Competente	Comisión Europea. www.ec.europa.eu
Requisitos de solicitud	Formato	Formato de solicitud de Indicaciones Geográficas/ Denominaciones de Origen. Especialidad Tradicional Garantizada
	Idioma(s)	Español
	Personalidad Solicitante	Productor Europeo y Extranjero
	Acreditación origen	Documentación Oficial de país de origen.
	Tiempo proceso	1 año
	Costo	No hay costos de registro a nivel de la Unión Europea
	Vigencia	Por anulación
	Característica especial	El formato es Anexo del Reglamento de Ejecución (UE) No.668/2014 de la Comisión de 13 de Junio del 2014. Este puede cambiar mínimo cada 4 años.
	Recomendación figura legal	Indicación Geográfica, Denominación de Origen y Especialidad Tradicional Garantizada
	Documentación requerida	Cumplimiento de requisitos formato y pliego de condiciones.

El formato de Registro de Indicaciones Geográficas, Denominaciones de origen y Especialidad Tradicional Garantizada son parte de los Anexos del Reglamento de Ejecución (UE) No.668/2014 de la Comisión de 13 de Junio del 2014, que a su vez depende del Reglamento UE No.1151/2012 del 21 de Noviembre del 2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.

IV. Diagramas de procedimientos de registro.

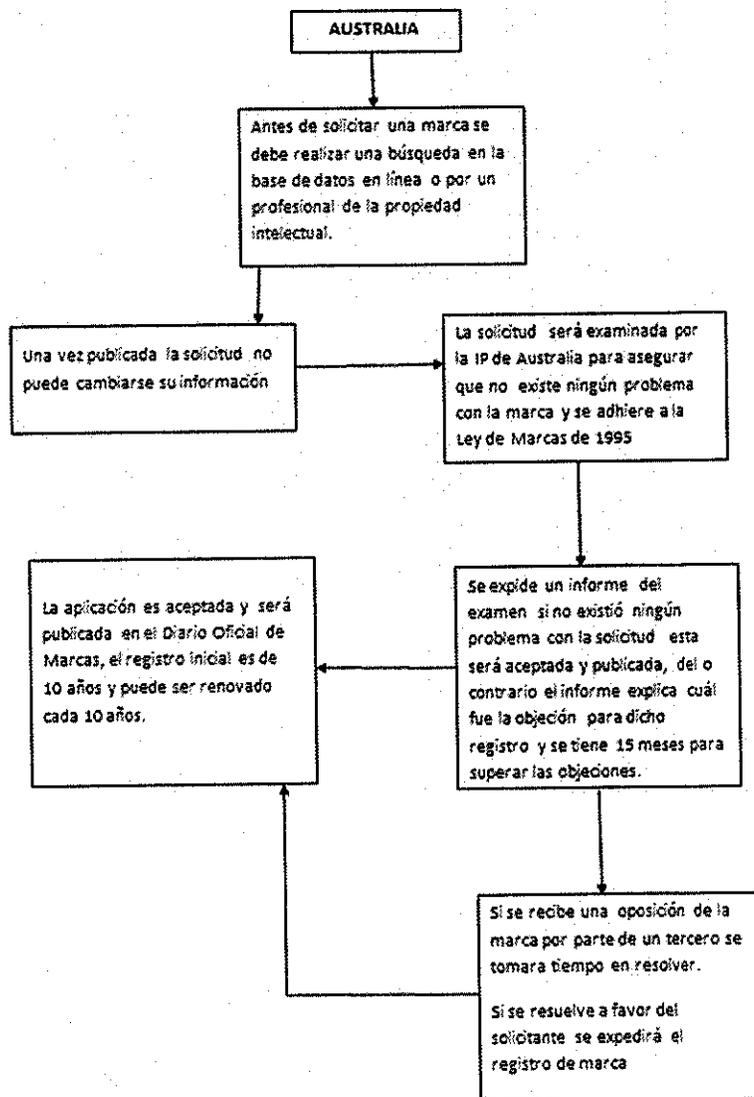
Finalmente, se presentan diagramas por país que ilustran las etapas y los procedimientos de registro de cada país en marcas, marcas colectivas y de certificación y que en el caso de la Unión Europea se presenta el proceso de registro de Indicaciones Geográficas y de Denominaciones de Origen y en Vietnam el proceso de registro de Indicación Geográfica.

Los procedimientos de registro pueden consultarse en los siguientes enlaces:

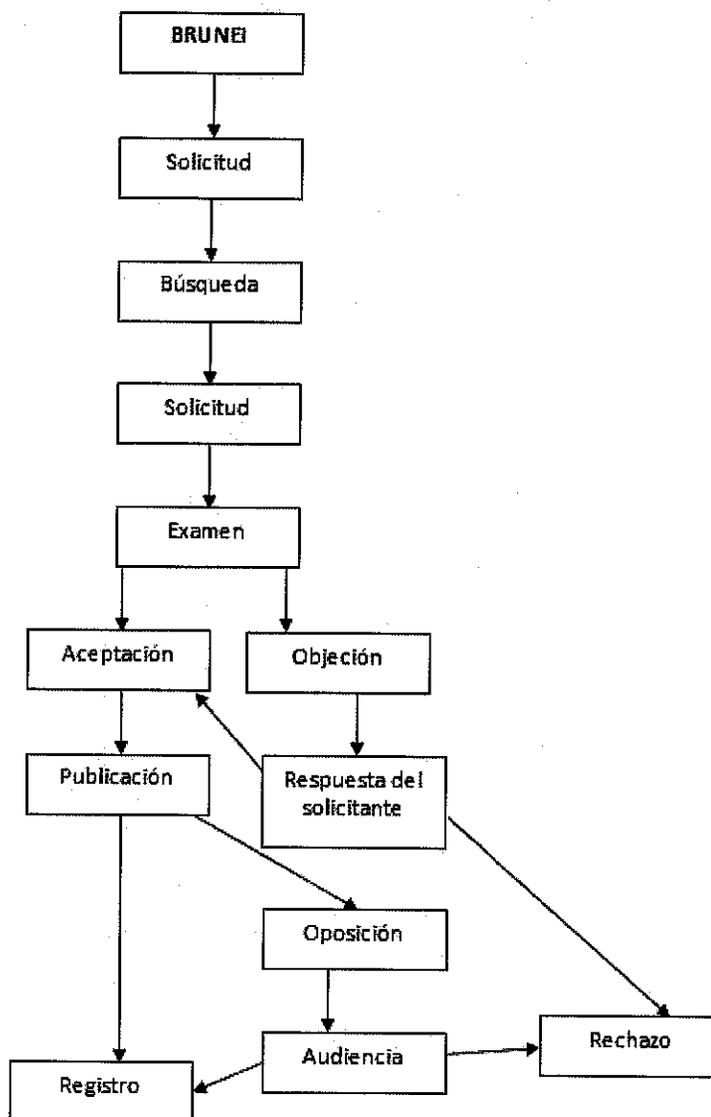
- Australia: www.ipaustralia.gov.au/get-the-right-ip/trade-marks/trade-mark-application-process/tm-overview-application/
- Brunei: <http://www.aseanip.org/IP-in-ASEAN/Trade-Mark/Brunei-Darussalam>
- Canadá: <http://www.cipo.ic.gc.ca/eic/site/cipointernet-internetopic.nsf/eng/wr00035.html>
- Estados Unidos: <http://www.uspto.gov/trademarks/process/index.jsp>
- Japón: http://www.jpo.go.jp/tetuzuki_e/t_gaiyo_e/tr_right.htm
- Malasia: <http://www.myipo.gov.my/web/guest/geo-carta>
- Nueva Zelanda: <http://www.iponz.govt.nz/cms/trade-marks/the-trade-mark-process>
- Unión Europea: http://ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm
- Singapur: <http://www.ipos.gov.sg/AboutIP/TypesofIPWhatisIntellectualProperty/Whatisatrademark/Applyingforatrademark/ApplyingtoregisteratrademarkinSingapore.aspx>
- Vietnam: [http://www.noip.gov.vn/web/noip/home/en?proxyUrl=/noip/cms_en.nsf/\(agntDisplayContent\)?OpenAgent&UNID=C982CD420D1471284725767F003844E9](http://www.noip.gov.vn/web/noip/home/en?proxyUrl=/noip/cms_en.nsf/(agntDisplayContent)?OpenAgent&UNID=C982CD420D1471284725767F003844E9)



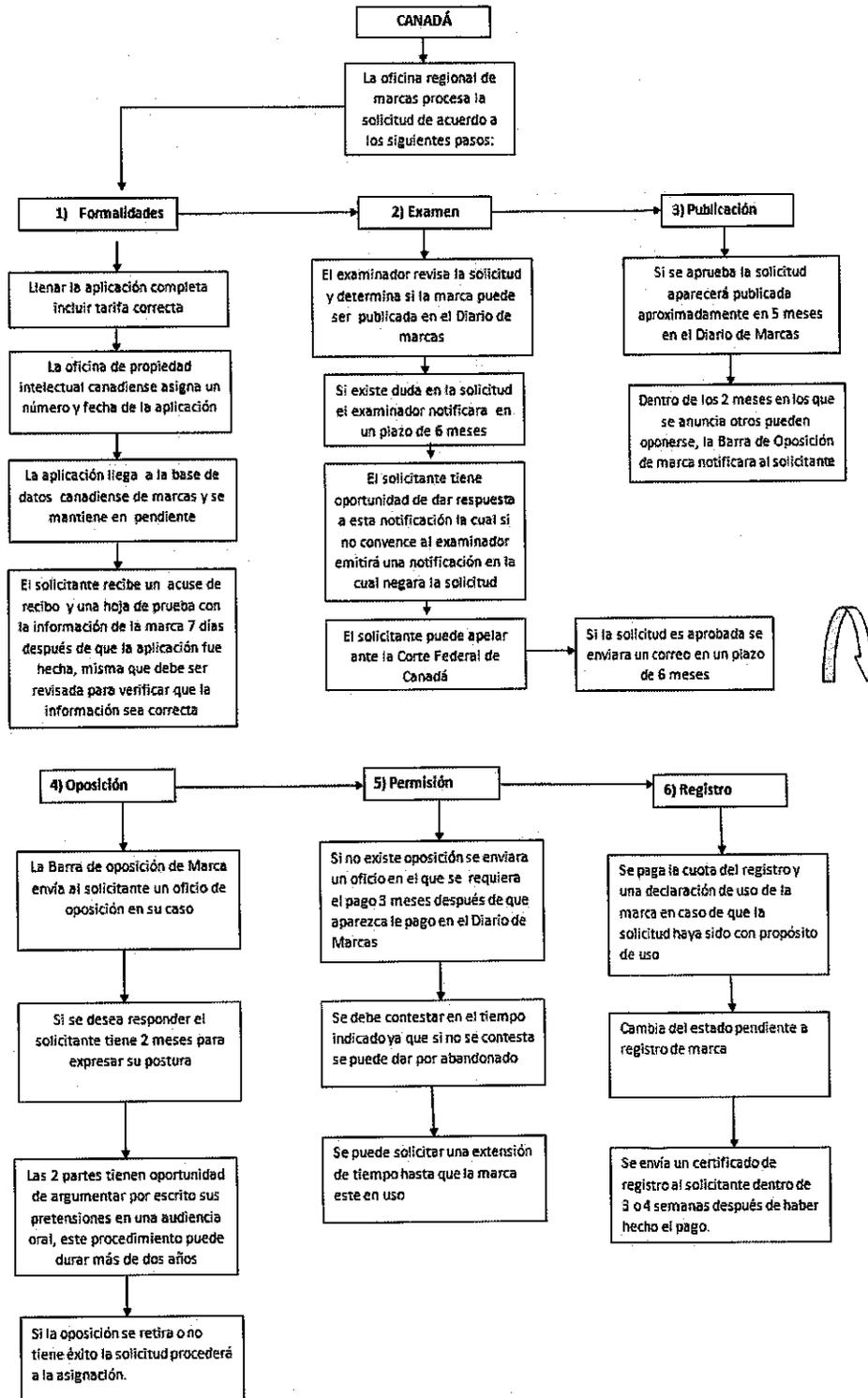
AUSTRALIA



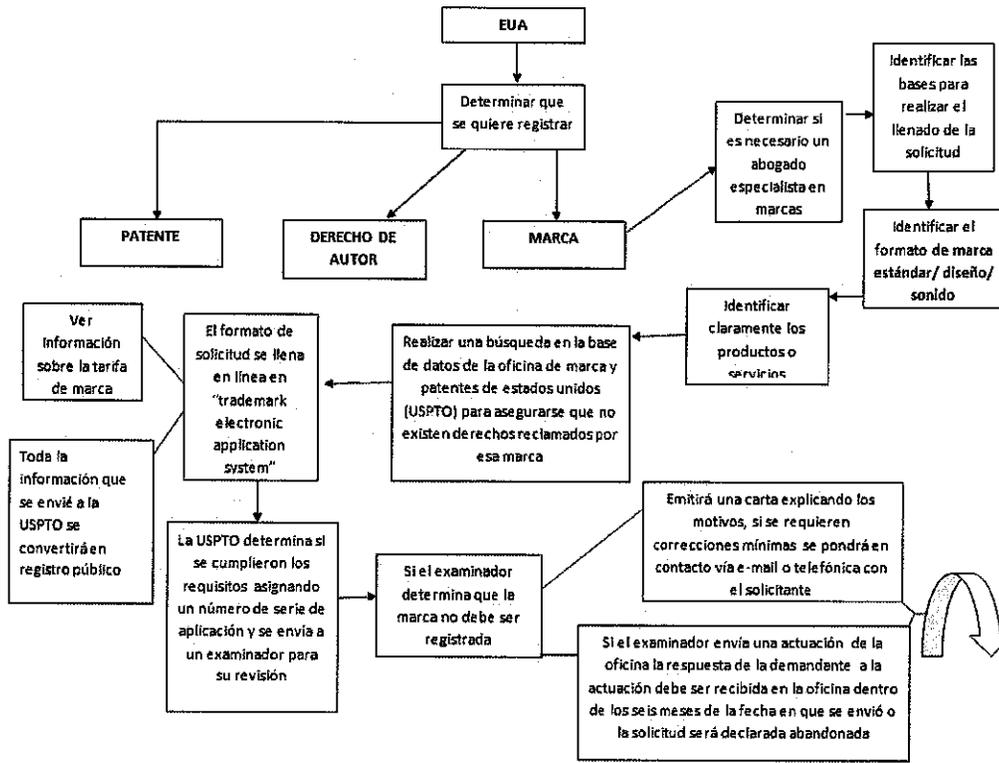
BRUNEI DARUSSALAM

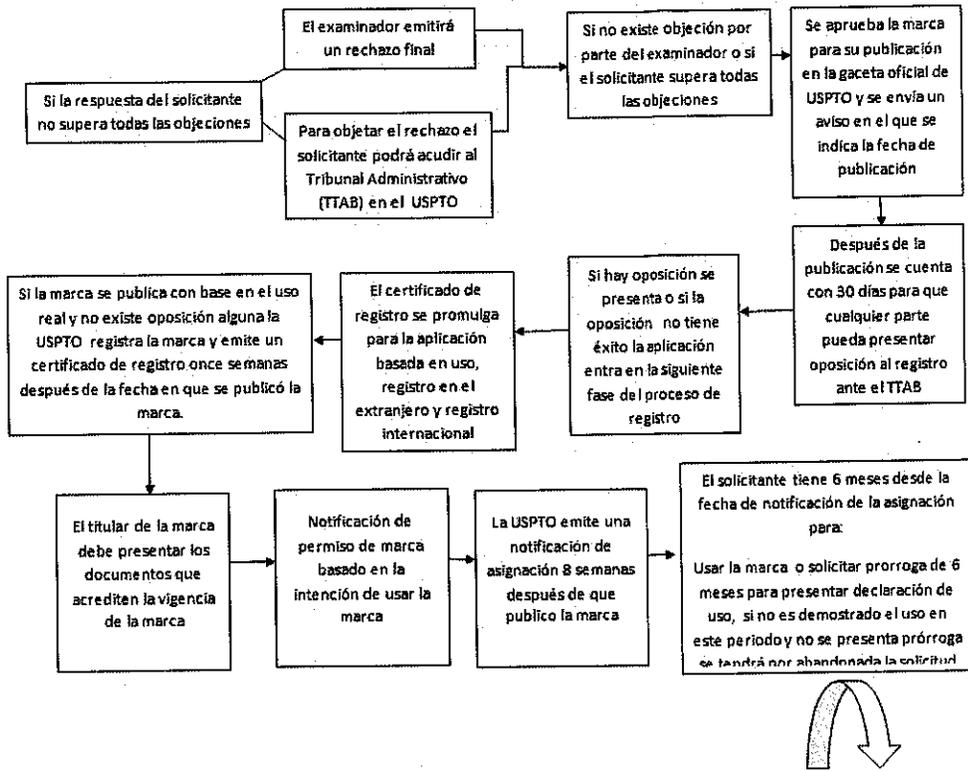


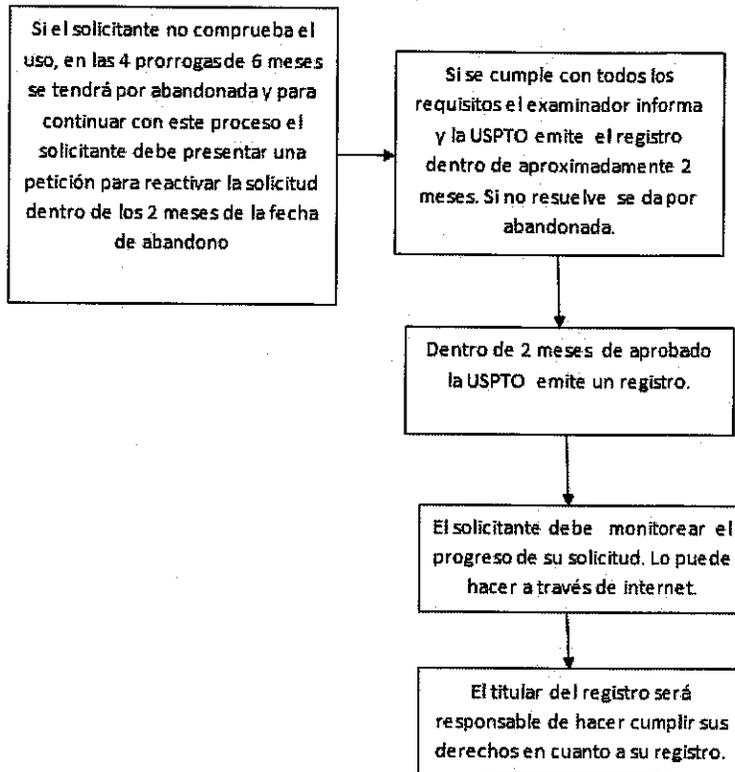
CANADÁ



ESTADOS UNIDOS

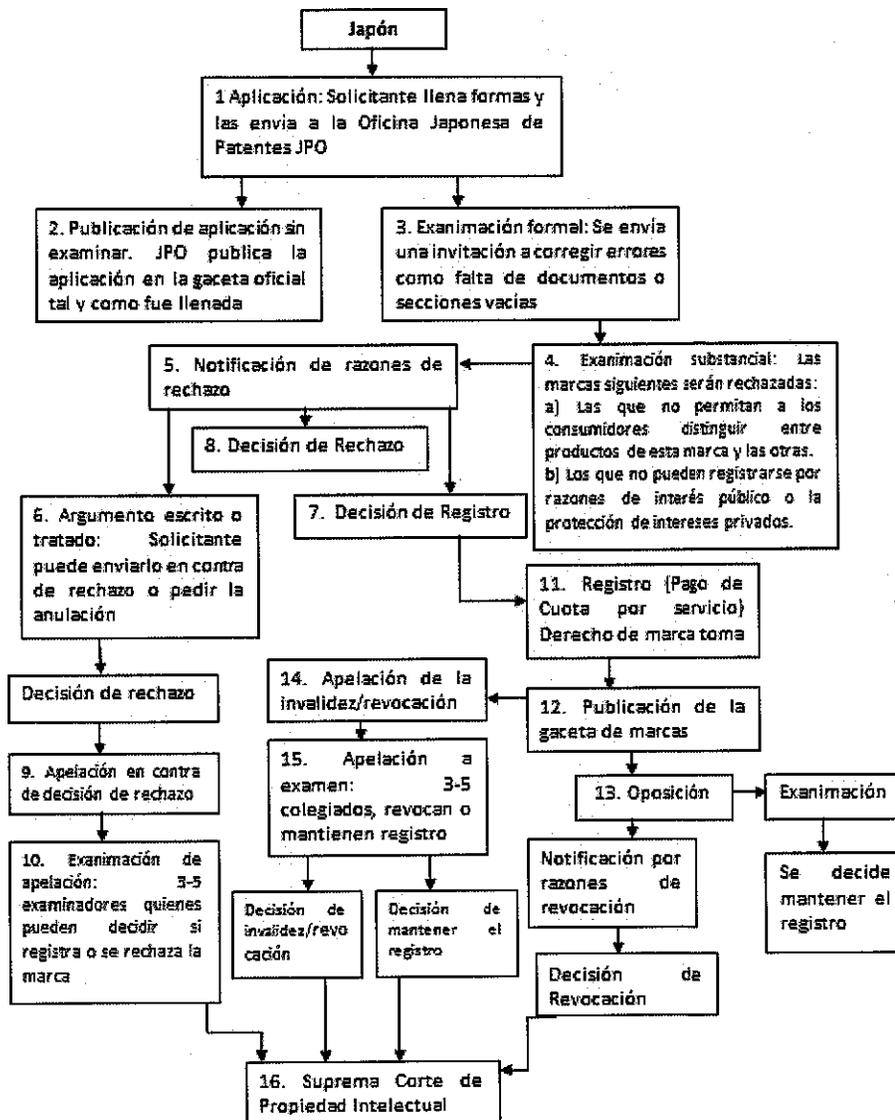




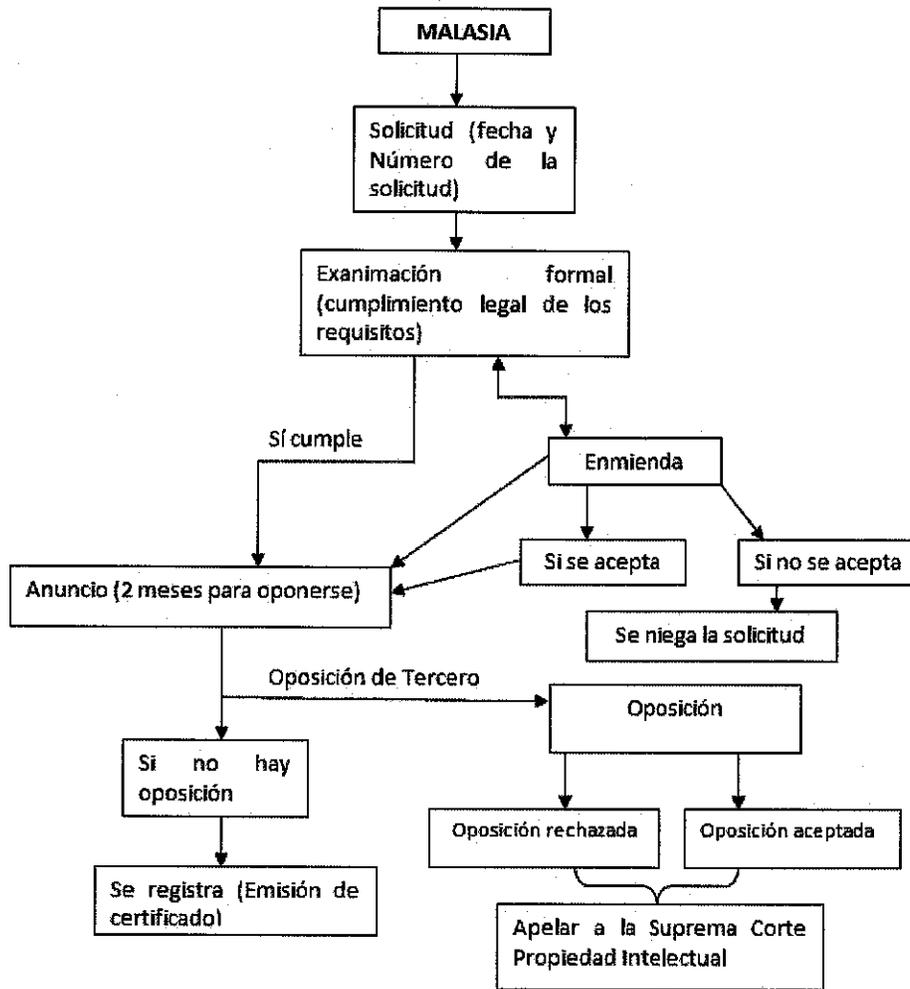




JAPÓN

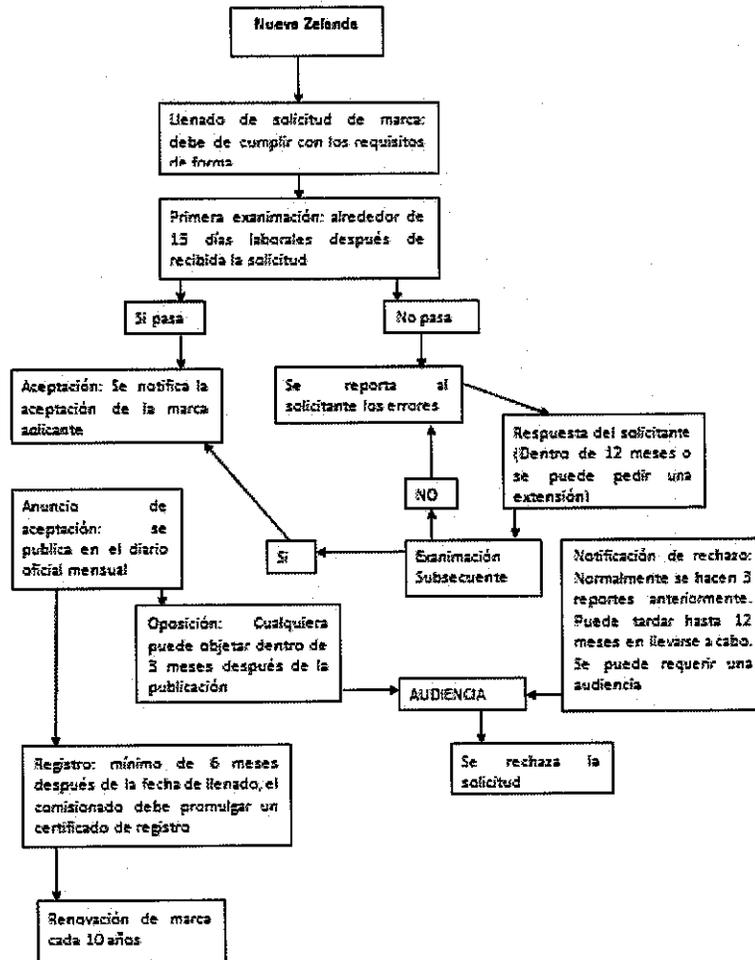


MALASIA

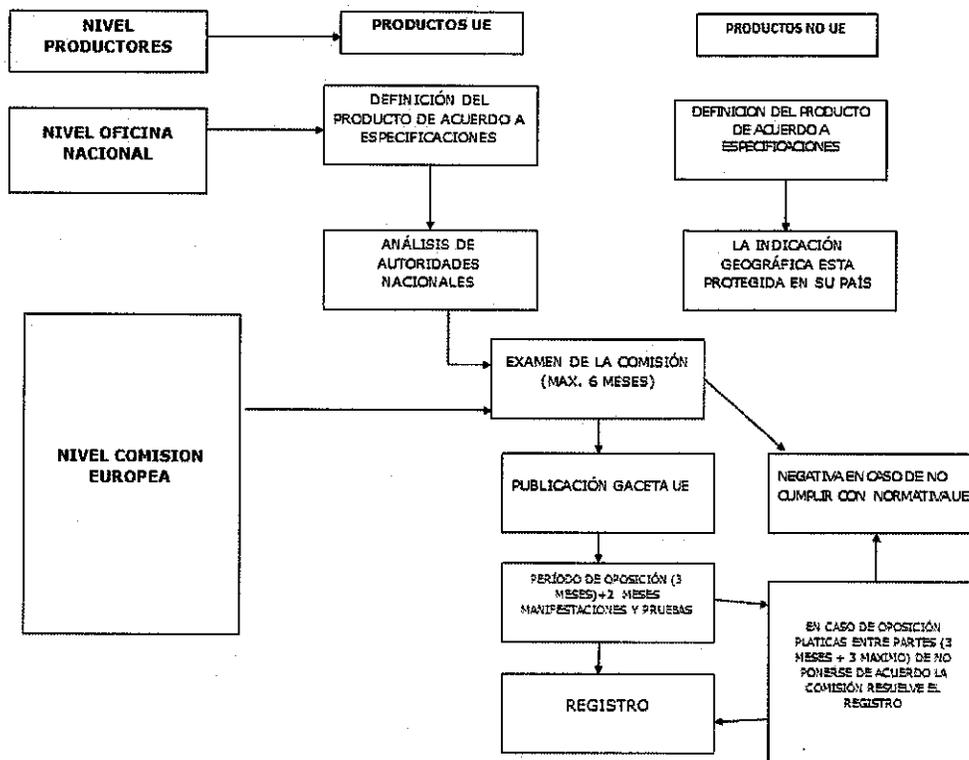




NUEVA ZELANDA

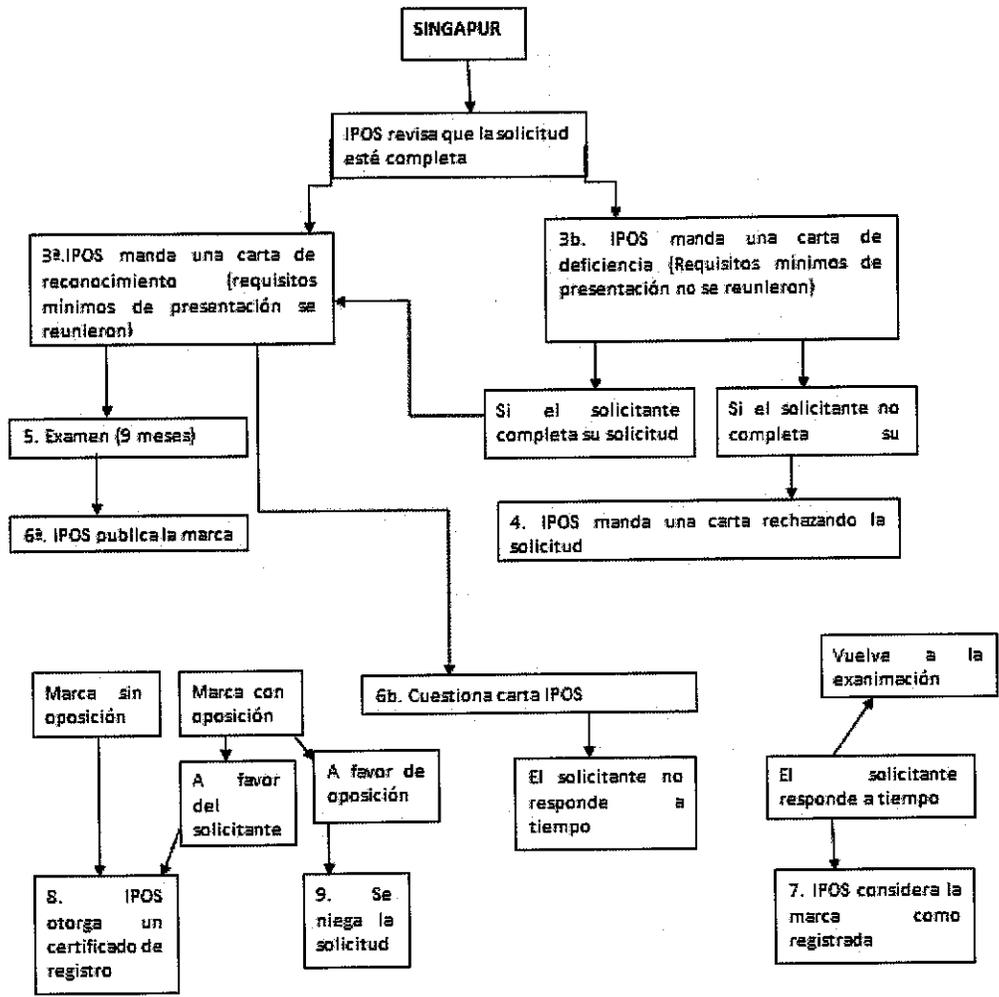


UNIÓN EUROPEA



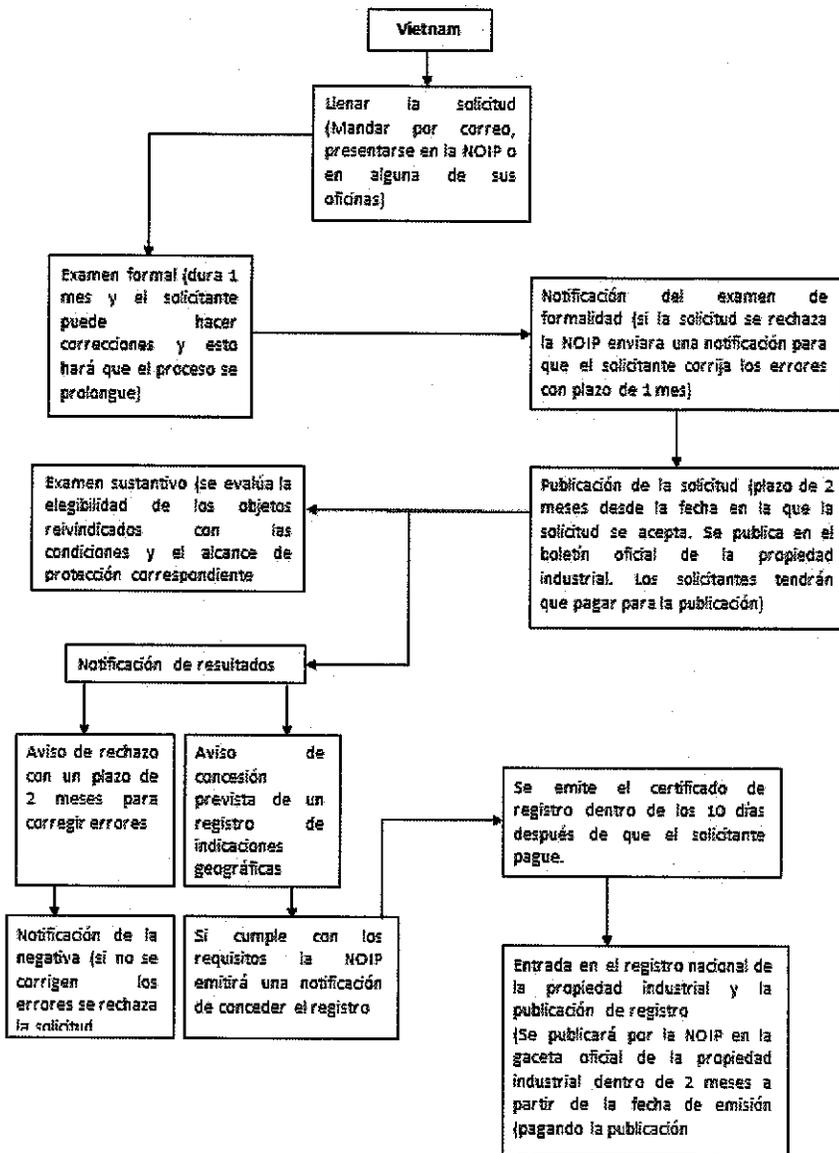


SINGAPUR





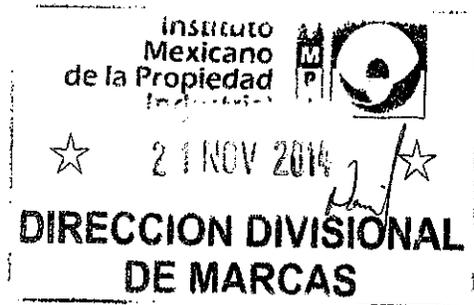
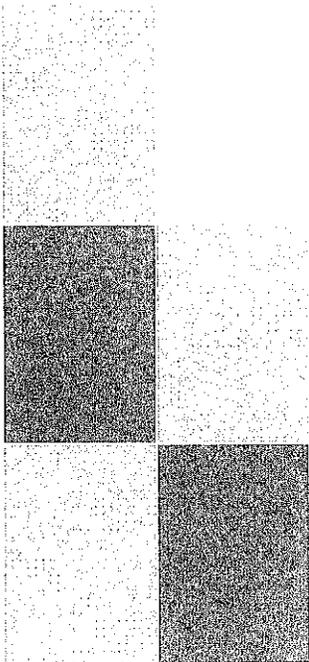
VIETNAM





DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN QUE GUARDAN LAS
DENOMINACIONES DE ORIGEN VIGENTES EN MÉXICO

CUARTO ENTREGABLE



Noviembre 2014

CONTENIDO

- I. INTRODUCCIÓN.
- II. OBJETIVO.
- III. DESCRIPCIÓN DE LA CADENA PRODUCTIVA DE LOS PRODUCTOS CON DENOMINACION DE ORIGEN.
- IV. VALOR SOCIAL.- PERSONAL EMPLEADO DIRECTA E INDIRECTAMENTE EN LA CADENA PRODUCTIVA.
- V. VALOR ECONÓMICO DE LOS PRODUCTOS QUE CUENTAN CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN.
- VI. PROBLEMÁTICA.

Diagnóstico sobre la situación que guardan las Denominaciones de Origen vigentes en México

I. Introducción.

Las denominaciones de origen en México, representan una figura que demanda el aseguramiento de una protección moderna, adecuada y eficaz, en el comercio internacional, ya que los productos amparados por éstas pueden adquirir gran reputación y prestigio en países diferentes al país de origen y en consecuencia un gran valor comercial en favor de los productores nacionales con derecho a usarlas.

Dentro del comercio, la importancia de la protección de las Denominaciones de Origen radica en que constituyen información muy valiosa para los consumidores sobre el origen geográfico de los productos, así como sobre la calidad y características inherentes de los mismos y además, detrás de las denominaciones de origen, existen tradiciones, costumbres y modos de producción que le otorgan un valor adicional a los productos protegidos por éstas.

De no existir una protección adecuada, las actividades de competencia desleal, la imitación o falsificaciones, se manifestarían de manera constante en detrimento de los intereses del titular, los productores autorizados y el público consumidor, por lo que es necesario que cada país, defina una estrategia internacional de protección a sus Indicaciones geográficas/denominaciones de origen que mejor se apege a sus intereses.

México solamente reconoce dos alternativas de protección de productos con indicaciones geográficas: las Denominaciones de Origen y las Marcas Colectivas. Estas alternativas de protección y su autorización de uso las otorga la única autoridad administrativa en propiedad industrial en México, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), cabe señalar que las Denominaciones de

Origen al estar ligadas a una Norma Oficial Mexicana¹, y a otros trámites administrativos², se requiere la coordinación de otras instancias gubernamentales.

El Estado mexicano es el titular de todas las Denominaciones de Origen, no es prerrogativa de otro nivel de gobierno ni tampoco de los productores, o la industria como sería en el caso de las marcas colectivas o comerciales.. El IMPI tiene la facultad de declarar la protección de una denominación de origen de oficio o bien a petición de quien demuestre tener interés jurídico, a lo largo de la historia nunca se ha declarado de oficio una Denominación de Origen en México³.

México cuenta con catorce Denominaciones de Origen, de las cuales cinco de ellas protegen bebidas espirituosas (Tequila, Mezcal, Bacanora, Sotol y Charanda), tres protegen artesanías (Olinálá, Talavera y Ámbar de Chiapas) y seis protegen productos agroindustriales (Café Veracruz, Café Chiapas, Mango Ataulfo del Soconusco, Vainilla de Papantla, Chile Habanero de la Península de Yucatán y Arroz Morelos).

¹Tenemos dos tipos de normas, Normas Mexicanas (NMX) y Normas Oficiales Mexicanas (NOM'S). Estas normas establecen reglas, especificaciones, atributos, métodos de prueba, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a simbología, terminología, embalaje y etiquetado. Existe una diferencia entre estos dos tipos de normas, la cual radica en que las primeras son de cumplimiento voluntario, mientras que las segundas son de observancia obligatoria. Así pues las primeras pueden adoptarse en las marcas colectivas y las segundas son necesarias en una denominación de origen. Todo producto protegido por una denominación de origen necesariamente debe tener una calidad especial. Uno de los mecanismos que se utilizan para que el producto adquiera esta calidad son las normas, ya que éstas garantizan que el producto al que se aplica la denominación de origen ha sido elaborado con estricto apego a las especificaciones y características de cumplimiento obligatorio que las normas establecen.

Existen mecanismos de certificación, verificación y vigilancia del cumplimiento de las normas, lo que asegura que el producto efectivamente cumpla con los estándares de calidad. Para este efecto, hay Organismos de Certificación acreditados que certifican que determinado producto cumple con la norma y por ende puede utilizar la denominación de origen de que se trate. Así mismo pueden también estar acreditados como una unidad de verificación para llevar a cabo la labor de seguimiento y vigilancia del cumplimiento con la NOM de manera continua.

²la Dirección General de Normas de la Secretaría de Economía para la elaboración de la Norma Oficial Mexicana; la Comisión de Mejora Regulatoria (Cofemer) para la elaboración y presentación de los productores de la manifestación de impacto regulatorio, en la que se genera un análisis económico de costo-beneficio del otorgamiento de la Denominación de Origen.

³De acuerdo con el artículo 158 de la Ley de la Propiedad Industrial, tienen interés jurídico:

- a) Las personas físicas o morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretenden amparar con la D.O.
- b) Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores; y
- c) Las dependencias o entidades del gobierno federal y de los gobiernos de las entidades de la federación.

II. Objetivo.

El objetivo del presente documento es reflejar la situación actual de las Denominaciones de Origen citadas, respecto a su importancia económica y social, así como del cumplimiento de los esquemas e instrumentos necesarios para hacer efectiva la protección (Normas Oficiales Mexicanas, Consejos Reguladores, Usuarios Autorizados vigentes, etc.).

III. Descripción de la cadena productiva de los productos con Denominación de Origen.

1. Ámbar de Chiapas

El ámbar es la única piedra preciosa y semi-preciosa de origen vegetal. Pertenece al grupo de las gemas orgánicas como: azabache, perlas, corales, etc. Se forma de una resina vegetal residual de algunos árboles que datan de hace 25 a 40 millones de años y que con el tiempo sufrió un proceso de fosilización formando masas irregulares y extensas dentro de los estratos de arenisca y pizarras arcillosas de la edad terciaria.

El ámbar no es un mineral; tiene un origen orgánico y estructura amorfa. Su composición varía, dependiendo del árbol del que proviene, aunque todos tienen terpenos o compuestos que son comunes en las resinas endurecidas.

Variedad de colores: amarillos, naranja, rojo, blanco, café, verde azulado y "negro" (tonos oscuros de otros colores). El color más común es el amarillo y menos frecuentes el verde, blanco, rojo y azul.

En Europa el ámbar se forma a partir de la resina del *Pinus succinifera*, en tanto que en América proviene de una leguminosa (*Hymenaea Courbaril*) conocida en Chiapas (México) como Guapinol

y en Nicaragua y República Dominicana como algarrobo, del período geológico terciario.

El primer lugar que se tiene registrado como fuente original del ámbar es la región del Mar Báltico. La pieza de ámbar más antigua trabajada por el hombre data de hace 30 mil años y se encontró en Hannover, Alemania. En Europa se localizan en: Lituania, Polonia, Alemania, Latvia y Rusia; en América Latina se localizan en los países de: México, República Dominicana y Nicaragua.

En México, el ámbar se localiza en los municipios chiapanecos de Simojovel de Allende, Huitiupán, Totolapa, El Bosque, Pueblo Nuevo Solistahuacán, Pantelhó y San Andrés Durazanal.

El ámbar localizado en la zona de Simojovel proviene de la época Terciaria, el cual se comprobó que tiene una antigüedad de 25 millones de años.

Aunque existen otros países en donde se ha encontrado ámbar, el de mejor calidad es el de México y República Dominicana.

La extracción se realiza principalmente de dos formas: a cielo abierto y de manera subterránea. Las minas son túneles de tiro y están abiertas en escarpadas laderas. Los hombres van excavando el cerro hasta encontrar la capa de carbón que contiene "el corazón del ámbar", para lo cual perforan hoyos por donde algunas veces entran arrastrándose.

2. Arroz Morelos

Proveedores de Insumos: En general los proveedores de Insumos no tienen especialización, pero si existe el caso de maquinaria agrícola pues para este cultivo, así como para granos pequeños se necesita contar con maquinaria especializada que en la mayoría es el propiedad Estatal.



Productores: Los productores se encuentran en su mayoría participando en Sociedades de Producción Rural (SPR's). Cabe mencionar que actualmente no hay un órgano de arroceros acreditado formalmente para representar al Estado de Morelos. Se está formalizando la Unión de Productores de Arroz de Morelos, A.C. (UPAMAC).

Industriales: Los Industriales están divididos en dos tipos los privados (1) Puente de Ixtla y los de Inversión Social (3): Arrocería Flor India Emiliano Zapata; Molino San José en Jojutla y, Arrocería del Oriente en Cuautla; en estos cuatro molinos se divide la producción del Estado.

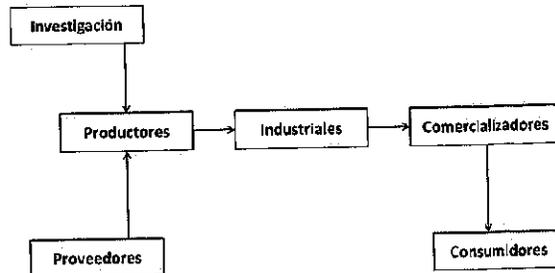
Comercializadores: Los Comercializadores participan de forma libre en el Estado, siendo que cada uno de los Molinos trabaja con uno en especial, ya sea por precio, amistad, simpatía o comodidad, pero es importante mencionar que los 5 comercializadores con los que cuenta el Estado participan en forma activa con los demás molinos.

Consumidores: Actualmente se plantea la necesidad de conocer que cantidad y cual es el impacto de la producción de arroz en el Estado de Morelos, a nivel Nacional e internacional; en el Estado existe la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados CANIRAC próxima a integrarse al Sistema Producto Arroz.

Investigación: Se cuenta con varios centros de investigación de nivel estatal y nacional, entre ellos la UNAM Campus Morelos, INIFAP Campus Zacatepec, IPN CEPROBI, FIRA Tezoyuca, y el Campus Chamilpa, la Facultad de Ciencias Agropecuarias y el Campus Oriente del Instituto Profesional de la Región Oriente (IPRO) de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos (UAEM).

Otras: Se han considerado en el censo algunas instituciones que a pesar de no tener una relación directa con el Sistema Producto Arroz (SPA), pueden en algún momento participar en su análisis y

fortalecimiento, aclarando que será decisión de los integrantes del mismo SPA a quien incluir y que grado de participación tendrían.



3. Bacanora

El bacanora es un destilado originario de Sonora, México, es incoloro y de alta graduación alcohólica. Parecido al mezcal, es elaborado a base del vegetal Agave vivípara antes llamado A. yaquiana y también A. pacífica.

La mayoría de la producción de esta bebida es originaria de las poblaciones de Sahuaripa, Arivechi, Cumpas, Huásabas, Moctezuma, Bacanora y San Pedro de la Cueva y Tepache del estado de Sonora, al noroeste del país, y elaborada de una manera que todavía se consideren artesanal. Existen iniciativas para cambiar tal modo de producción hacia normas más industriales y competitivas, debido al notorio incremento en la demanda tanto interna como externa en los últimos años.

La elaboración de bacanora se lleva a cabo a través de dos procesos: el tradicional y el industrial. El proceso artesanal o tradicional comienza al cortar el maguey y separar las pencas dejando solamente la parte basal (tallo), la cual es asada para posteriormente ser machacada hasta obtener un producto fibroso llamado saite, mismo que pasa al proceso de fermentación en donde es depositado en una fosa dejándolo reposar, según el clima, de cuatro a siete días. Completado este proceso se realiza la primera destilación en un tambor de fierro donde se vierte agua y se enciende una fuente de calor con leña.

Una vez que hierve se cubre el tambor y se sella para evitar cualquier fuga de vapores; al terminar lo anterior se remueve el bagazo y el producto obtenido es sometido a una segunda destilación, de la cual se obtiene finalmente el bacanora. La etapa final de este proceso es la estandarización, operación en donde se mezcla una porción de las cabezas con la bebida para obtener un producto que tiene un contenido de alcohol que oscila entre los 40 y los 50 grados Gay Lussac.

El proceso industrial comienza de la misma forma que el artesanal decir, cortando el maguey y dejando únicamente el tallo para posteriormente realizar un cocimiento en autoclave a 121 °C por siete horas o en horno a 150° por tres días. Al terminar se lleva a cabo el desgarrado de fibras y la extracción del jugo, mismo que es ajustado a una concentración de azúcares que varía entre los 10° y los 15° Brix. Concluido lo anterior se pasa a la fermentación, en la cual se inocula el jugo con levaduras del género *saccharomyces* en tanques de acero inoxidable y así comenzar la primera fermentación, colocando el jugo fermentado dentro de un alambique de cobre o de acero inoxidable para separar cabezas, medios y colas, y para posteriormente comenzar la segunda destilación, en la cual también se separan cabezas, medios y colas.

Los medios son conocidos como el vino y es la materia base para la estandarización del bacanora. El vino producido pasa a la etapa de estandarización, obteniéndose un contenido alcohólico que varía entre los 38 y los 55 grados Gay Lussac.

El proceso de elaboración del bacanora sigue reglas particulares, similares a las del tequila y el mezcal.

Jimado: una vez que las plantas de agave llegan a maduración luego de varios años de crecimiento, se procede a recolectarlo removiendo las pencas puntiagudas con un instrumento cortante manual (coa), hasta dejar el núcleo de la planta, el cual es llamado piña o cabeza de maguey.

Cocimiento: las cabezas de maguey recién recolectadas se disponen dentro de un hoyo que se excava en el suelo. Tal pozo se utiliza para hornear las cabezas, que se dejan dentro durante 48 horas aproximadamente, para al final retirarlas con un gancho especial. El fin de este proceso es convertir por medio de hidrólisis los almidones y carbohidratos en azúcares digeribles para la levadura en el proceso de fermentación.

Molienda: las cabezas de maguey horneadas son cortadas enseguida en fragmentos e introducidas en un molino. De acuerdo al tamaño de la piña es cortada en menor o mayor número de trozos para facilitar la extracción del jugo o zumo.

Fermentación: la pulpa de maguey molido se dispone en barricas o toneles con agua, las cuales se cubren enseguida de la intemperie y se dejan fermentar entre 4 a 5 días.

Destilación: la pulpa fermentada se pone en un alambique, en el cual mediante la aplicación de calor lleva los alcoholes a ebullición y se les vaporiza. Tales vapores son enseguida enviados a un serpentín de enfriamiento para que se condensen. El resultado de la primera destilación tiene un alto contenido de metanol, por lo que se lleva a una segunda destilación, donde la concentración de metanol baja a niveles en que la bebida es segura y el producto resultante es el bacanora.

De acuerdo con el porcentaje de azúcares provenientes del agave que se utilice en la elaboración del bacanora, éste puede clasificarse en:

Bacanora 100% de Agave o Bacanora 100% de Puro Agave. Se obtiene de la destilación y rectificación de mostos, preparados directa y originalmente con los azúcares extraídos de la molienda de las cabezas maduras de *Agaveagustifolia Haw*, previamente hidrolizadas o cocidas, y sometidos a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no. Este tipo de Bacanora puede ser joven, reposado o añejo y susceptible de ser abocado.



- Sonora cuenta con 950 productores de Bacanora los cuales emplean en promedio 3 personas.
- Impacta directamente a los 35 municipios que cuentan con Denominación de Origen
- Se tienen alrededor de 17 marcas registradas.

4. Café de Chiapas

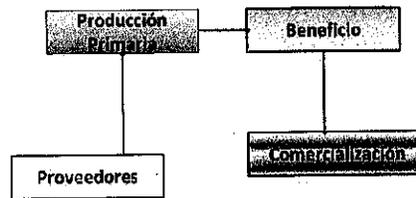
La cadena productiva del Café Chiapaneco la conforman productores, beneficiadores y comercializadores.

Productores. Casi todos los productores de Chiapas comercializan el café en pergamino, solamente algunos lo comercializan en cereza a grandes fincas.

Beneficio. No existen en Chiapas grandes beneficios húmedos a excepción de los que se encuentran en las fincas; la gran mayoría de los productores por muy pequeños que sean realizan el proceso de beneficio húmedo en su unidad de producción. Así mismo los beneficios secos solamente están en posesión de empresas comercializadoras, fincas y algunas organizaciones de productores.

Comercialización. La comercialización de café se realiza principalmente en pergamino seco y en algunas ocasiones como pergamino oreado.

Transporte. Todas las regiones cuentan con infraestructura carretera que hacen posible el transporte del café hacia Veracruz (vía Oaxaca, Las Choapas, Pichucalco o Tabasco), Puerto Chiapas (Tapachula) y Guatemala (vía Ciudad Hidalgo y vía Ciudad Cuauhtémoc).



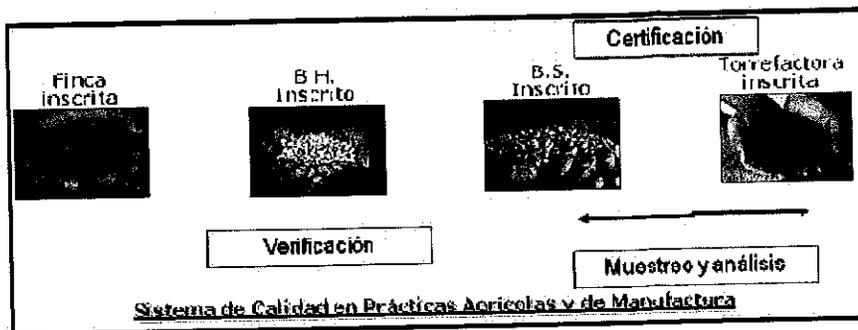
5. Café de Veracruz

El Consejo Regulador garantiza que el café certificado ha sido cultivado bajo sombra, a una altura mínima de 750 metros sobre el nivel del mar, de la especie arábica y producido en el Estado de Veracruz.

Dirigido por un Consejo Directivo integrado por doce miembros, que representan a la cadena productiva del sector cafetalero veracruzano:

- 5 representantes de productores de café cereza y pergamino.
- 4 representantes de beneficios secos y exportadores de café oro.
- 2 representantes de tostadores y cafeterías.
- 1 Presidente del Consejo Directivo.

Los sacos de café verde certificado presentan un precinto, colocado durante el proceso de envasado por el personal del consejo regulador, con la finalidad de evitar cambios en su contenido. El precinto especifica el número de muestra y el grado de calidad obtenida. En cuanto al café tostado certificado, el empaque lleva un holograma para garantizar al consumidor que el café contenido es denominación de origen café Veracruz, es decir, un café de excelente calidad, libre de impurezas y agradable al paladar.



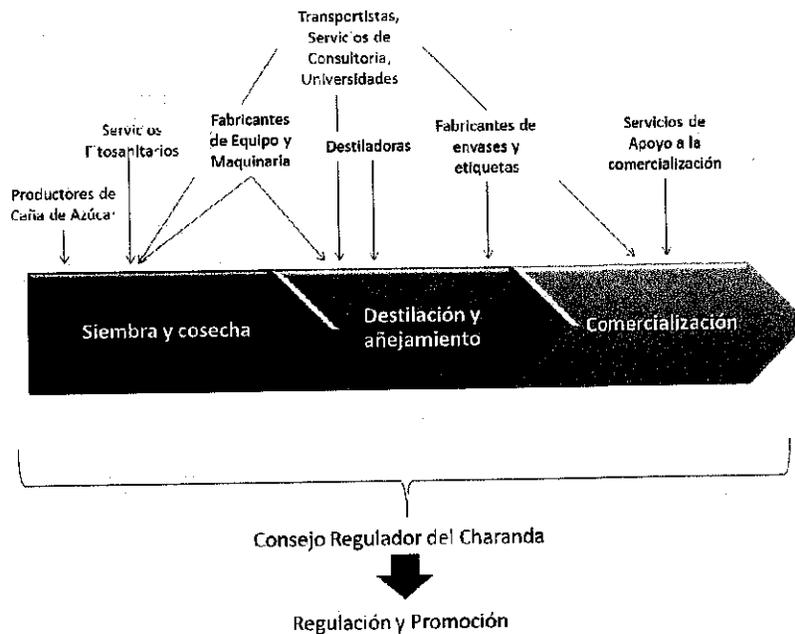
6. Charanda

La cadena de producción del Charanda se inicia con la siembra y cosecha de la caña de azúcar en la cual intervienen los productores primarios quienes son abastecidos por los proveedores de insumos y fertilizantes, además de servicios fitosanitarios y de fabricantes de equipo y maquinaria. Adicionalmente, utilizan los servicios de transportistas para llevar la caña a las destiladoras quienes les compran su producción.

Las destiladoras que es donde se lleva a cabo ese proceso y el de añejamiento, se proveen se los fabricantes de maquinaria y equipo, fabricantes de envases y etiquetas, así como de los servicios de consultoría que en algunos casos provienen de las universidades, además de los servicios de transporte.

Las destiladoras venden directamente su producción aprovechando los servicios de apoyo a la comercialización para incursionar en el mercado nacional en supermercados y tiendas especializadas y a la exportación.

El Consejo Regulador del Charanda proporciona elementos e instrumentos para la regulación y promoción de la cadena de producción y consumo.



7. Chile Habanero de la Península de Yucatán

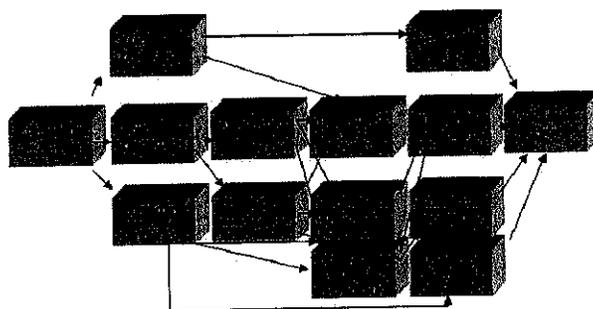
La cadena de producción consumo del Chile Habanero está conformada por productores grandes, medianos y pequeños, los que son abastecidos por los proveedores de insumos; intermediarios y transportistas; Centrales de Abasto, mercados municipales y mercados de exportación; industria procesadora; supermercados y restaurantes y consumidor final.

Los grandes productores comercializan directamente su producción en Centrales de Abasto o a los mercados de exportación, siendo estos productores los únicos que exportan el chile habanero.

Los productores medianos regularmente asociados en sociedades de producción rural, también comercializan directamente su producción en Centrales de Abasto y mercados municipales y en algunos casos a la industria intermedia para la elaboración de pastas y deshidratados, entre otros productos.

Los pequeños productores, para comercializar su producción utilizan dos formas de acuerdo a las características de los productores, unos venden su producción a intermediarios cerrando así su participación en el ciclo; y otros pagan transporte para comercializar su producción en Centrales de Abasto o a los mercados municipales.

La industria intermedia y la industria salsera, así como los supermercados y restaurantes que son los que comercializan el producto al consumidor final, se proveen del producto de las Centrales de Abasto y de los mercados municipales.



8. Mango Ataulfo del Soconusco de Chiapas.

Proveedores de Insumos. Para el sector primario existen proveedores de fertilizantes, agroquímicos, implementos, maquinaria, combustibles, cajas y otros materiales de empaque y embalaje. En su gran mayoría el productor puede encontrar los insumos en un radio cercano a sus áreas de producción, caso contrario de los insumos requeridos por los empacadores, en los

cuales existe una dependencia de otros estados para su suministro (Jalisco, Sinaloa, Michoacán, México, D.F).

Prestadores de Servicios. En el sector productivo existen prestadores de servicio para el corte de fruta, aplicación aérea de agroquímicos, servicios de auditoría técnica de campo para el reconocimiento de acciones en la campaña contra moscas de la fruta, unidades de verificación aprobadas por la SAGARPA para la verificación del cumplimiento de las normas oficiales mexicanas NOM-023-FITO-1995 y NOM-075-FITO-1997, instalación de sistemas de riego y transportistas. Para los empacadores existen una mayor cantidad de prestadores de servicios que incluyen desde personal que da mantenimiento a los equipos hidrotérmicos, sistemas eléctricos, de refrigeración, mecánicos, profesionales en control de plagas urbanas, transportistas, auditores de buenas prácticas agrícolas, etc.

Representantes o Intermediarios. Son agentes económicos, físicos o morales, que trabajan para empresas que compran, por lo general, grandes volúmenes de fruta. Estas empresas generalmente se encuentran fuera de la entidad, por lo que los intermediarios se convierten en el vínculo y operadores logísticos de las transacciones comerciales.

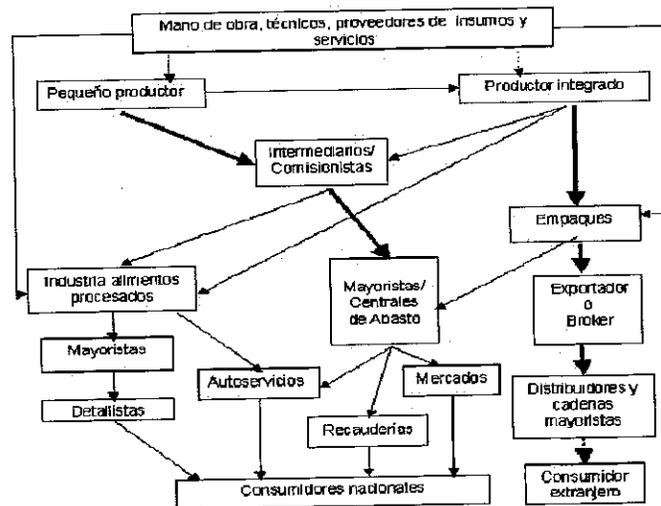
Brokers. Está definido como el comercializador o intermediario internacional que compra fruta a consignación o a un precio establecido según se encuentre cotizando en la plaza. En ocasiones puede financiar a los empacadores, tanto en especie como en efectivo, respaldados mediante contratos en los que establece tiempos, calidades y condiciones en que se entregará la fruta. El financiamiento se descuenta posteriormente de la liquidación de la fruta.

Comercializadores (mayoristas y detallistas). Constituyen los puntos de venta para llevar el producto al consumidor. Pueden ser mayoristas o bodegueros, como los existentes en las centrales de abasto, que surten a fruterías, abarroteros, etc., De igual forma pueden ser personas que manejan pequeños volúmenes para venta

directa al público, como tiendas de autoservicio en pequeña escala, abarrotes, tianguis, mercados sobre ruedas, fruterías, carretas para la venta de frutas, etc.

Empacadores. Son actores de la cadena que acondicionan mango para su envío a mercados de exportación o mercado nacional. Estas personas pueden ser propietarios de plantaciones de mango ó comprar huertas en pie, es decir, comprar la fruta en el árbol, aún y cuando no ha sido cortada ó pueden comprar la fruta puesta en el empaque.

Consumidor. Es el público en general que consume mango, ya sea como fruta fresca o procesada en sus diferentes presentaciones. Para acceder a los mismos puede hacerlo por diferentes vías: con los detallistas, en tiendas de autoservicio y departamentales, en mercados, tianguis y centrales de abasto, entre otras.



9. Mezcal

La Cadena Productiva Maguey - Mezcal es muy heterogénea mostrando diferencias palpables entre los actores, lo que determina que existan organizaciones de muy diversos tipos, en cuanto a su estructura y funcionamiento.

La Cadena tiene un esquema muy especial; existen productores que no aprovechan las especies silvestres y plantaciones.

- Productores que venden en campo
- Productores que procesan y fabrican Mezcal
- Fabriqueros que procesan su producción y compran Maguey para completar su demanda
- Productores y fabriqueros asociados a envasadoras
- Productores que integran toda la Cadena.

Igualmente y por los mismos efectos, la comercialización se da en diversos esquemas de mercado, donde predomina la venta en las localidades donde se procesa en Mezcal, a través de presentaciones tradicionales, utilizando envases rústicos.

Los eslabones que se identifican en esta Cadena son:

- Proveedores de insumos
- Prestadores de servicios técnicos
- Recolectores y productores de maguey
- Fabriqueros
- Procesadores de Mezcal
- Envasadores y Comercializadores.

EL COMERCAM es conformado por un organismo de Certificación, Unidad de Verificación y en estos momentos se está anexando la parte del laboratorio de Pruebas que su operación es a principios del 2012.

Se encuentra acreditado por EMA (Entidad Mexicana de Acreditación) y aprobado por la DGN.

Materia prima: El agave que se utilice como materia prima para la elaboración de cualquier tipo de mezcal debe cumplir con los requisitos mencionados a continuación:

- a. Encontrarse madurado;
- b. Estar inscrito en el registro de plantación de predios instalado para tales efectos por el organismo de certificación de producto acreditado.



Mezcal: El mezcal no debe haberse adulterado en ninguna de las etapas de su elaboración, particularmente a partir de la formulación de los mostos.

Envasado: El envasador de mezcal debe mostrar en todo momento que el producto no ha sido adulterado desde la entrega del producto hasta el envasado final del mismo. Para tales efectos, la actividad de envasado se sujetará a los lineamientos siguientes:

- a) El envasador que no produce mezcal y/o readquiere el producto a granel de un fabricante no puede mezclar mezcal de diferentes tipos.
- b) El envasador sólo puede envasar mezcal que haya sido elaborado bajo la supervisión del organismo de certificación acreditado. Por tal motivo, debe corroborar que cada lote que recibe cuenta con un certificado de conformidad de producto vigente.
- c) El envasador no debe envasar simultáneamente producto distinto del mezcal, en sus instalaciones a menos de que cuente con programas de envasado claramente diferenciados a juicio de la unidad de verificación acreditada que se contrate para supervisar dicho proceso y haya notificado dicha circunstancia a esa unidad de verificación con la debida anticipación a la fecha de inicio de dicho envasado.
- d) El envasador debe incorporar directamente al envase un sello del organismo de certificación acreditado o de la unidad de verificación acreditada, en la inteligencia que el diseño del sello permite colocarlo en forma tal que asegure la integridad del producto.

Los mezcales en sus tipos I y II se deben envasar en recipientes nuevos o reciclados propios de la empresa, resistentes a las distintas etapas del proceso de fabricación y a las condiciones habituales de almacenaje, de tal naturaleza que no contengan o generen sustancias tóxicas u otras sustancias que alteren las propiedades físicas, químicas y sensoriales del producto.

Para que el mezcal envasado pueda ostentar la leyenda "Mezcal 100% de Agave" (Tipo I) el envasador debe contar con los registros de supervisión del organismo de certificación o por la unidad de verificación acreditada, según los mecanismos que previamente apruebe la DGN.

Embalaje: Para el embalaje del producto se deben usar cajas de cartón o de otro material apropiado, que tengan la debida resistencia y que ofrezcan la protección adecuada a los envases para impedir su deterioro, y que a la vez faciliten su manejo en el almacenamiento y distribución de los mismos, sin riesgo.

Almacenamiento: El producto terminado debe almacenarse en locales que reúnan los requisitos sanitarios que se señalen en las disposiciones legales correspondientes.

Comercialización: Se permite la comercialización del mezcal a granel en sus tipos I y II sólo en el territorio de los Estados Unidos Mexicanos. Para mercado internacional no se permite la venta a granel y únicamente puede exportarse en envases hasta de 5 lts.

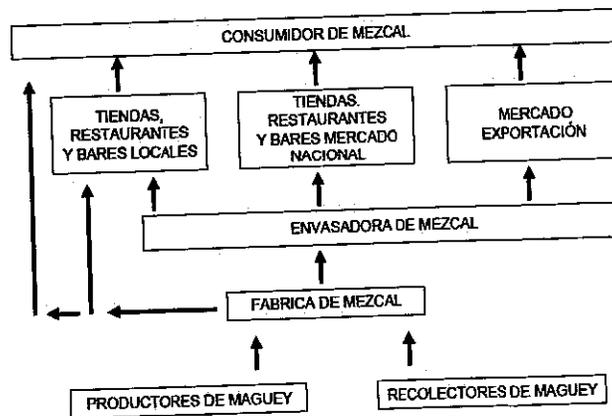
Una de las especificaciones que marca rigurosamente la NOM-070-SCFI-1994 como detonante del cambio en los procesos desde la producción hasta la comercialización y etiquetado del mezcal, es que no se puede comercializar mezcal alguno que no cuente con certificado vigente expedido por el organismo de certificación acreditado, de tal suerte, que cualquier autoridad competente puede requerir la exhibición de dicho certificado o copia de él en el comercio. La vigencia del certificado no puede ser mayor de 6 meses. El producto embotellado que se exporte o se comercialice en el mercado nacional debe ostentar visiblemente sin raspadura alguna el sello del organismo de certificación del producto acreditado, o en su caso, de la unidad de verificación acreditada.

De igual forma, esta NOM prohíbe la reventa a granel de mezcal al consumidor final en el mercado nacional y establece que la compra y venta de producto a granel entre productores y acopiadores será considerada como una operación de materia prima y por

consiguiente, permitida en esta NOM, siempre y cuando se realice bajo condiciones específicas de traslado y recepción, supervisadas por un organismo de certificación de producto acreditado.

Marcado y etiquetado: Cada envase debe ostentar una etiqueta o impresión permanente, en forma destacada, legible e indeleble con la siguiente información en idioma español.

- a) La palabra "Mezcal";
- b) Tipo y categoría al que pertenece;
- c) Marca comercial registrada en México;
- d) Contenido neto (NOM-030-SCFI-1993)
- e) Por ciento de alcohol en volumen a 20°C, debiendo aparecer en el ángulo superior izquierdo, que podrá abreviarse "% Alc. Vol";
- f) Nombre o razón social, domicilio y Registro Federal de Contribuyentes del establecimiento fabricante del mezcal; o bien del titular del registro que ostente la marca comercial;
- g) En su caso, nombre o razón social, domicilio y Registro Federal de Contribuyentes del envasador;
- h) La leyenda "HECHO EN MEXICO";
- i) En su caso, las leyendas "ENVASADO DE ORIGEN" o, en su defecto, "ENVASADO EN MEXICO",
- j) Otra información sanitaria o comercial exigida por otras disposiciones legales aplicables a las bebidas alcohólicas (leyendas precautorias).





10. Olinalá

Para los efectos de la Denominación de Origen, se estableció como región geográfica la comprendida en el Municipio de Olinalá que se localiza al noroeste de Chilpancingo, Estado de Guerrero, entre los paralelos 17 grados 43 minutos y 18 grados 4 minutos norte y entre los 98 grados 39 minutos de longitud oeste respecto al meridiano de Greenwich, colindando al norte con el Estado de Puebla, al sur con Cualac, al oeste con Ahuacotzingo y Copalillo, y al este con Humuxtitlán, todos estos municipios comprendidos en el Estado de Guerrero.

Olinalá es el nombre del municipio de la población que reúne por tradición la elaboración y manufactura de productos de madera, distinguiendo a todos estos productos con el nombre de la región; además, atendiendo a la naturaleza intrínseca de la elaboración del producto acabado, colorido y forma de presentación; asimismo, todo el contenido de la elaboración de la artesanía es producto de la materia prima que se localiza en el municipio, como es la corteza del árbol de lináloe y el polvo de piedra que se encuentra en la zona señalada.

La materia prima que se utiliza en la manufactura de baúles y cajas de madera, proviene del árbol de lináloe, arbusto localizado en las localidades de la región, posteriormente a la tala del árbol, se procede a tratar para evitar el deterioro por larvas o polilla, asimismo son lijadas y resanadas las hendiduras naturales de la madera para que posteriormente se proceda a barnizarse con una mezcla hecha a base de aceite de linaza con chía, tierra blanca y tierra tecoztle.

Una vez terminada la actividad antes descrita, se determina el color a la pieza u objeto de madera, predominando el color negro, aplicado por materias primas naturales como son la mezcla de carbón de encino con polvo de piedra tolte, así como también son utilizadas otras combinaciones de colores, como resultados de mezclas de polvo de piedra en un 80% y el resto de tintes o

pinturas artificiales. La importancia del colorido y barniz de las piezas de madera son una característica desarrollada desde tiempos anteriores.

11. Sotol

El sotol es una bebida alcohólica de México, destilada de la agavácea *Dasyliirion wheeleri*, conocida con el mismo nombre y que crece en el desierto del norte de México, en los estados de Chihuahua, Durango y Coahuila. Sobrevive tanto a la crudeza de helados inviernos como a los ardientes veranos gracias a su enorme energía latente, la cual da al Sotol su peculiar regusto. La severidad del medio desértico es en sí, un medio de selección natural que solo permite sobrevivir a las plantas más sanas y fuertes. Este riguroso control de calidad de la naturaleza se detecta claramente en el sabor suave de Sotol.

El primer paso en la producción es la cosecha de las plantas de Sotol, la cual se lleva a cabo en su medio silvestre en las altas laderas del desierto de Chihuahua. Ahí las plantas de "imán" separando las hojas de la "cabeza" de las plantas.

Se llevan a la fábrica, se cocinan al vapor, se desgarran y se exprimen para extraerles su dulce jugo. Este jugo se deja fermentar por asiento natural, permitiendo que las azas se transformen en alcoholes. Durante los procesos de fermentación y destilación del Sotol no se utiliza otra materia prima que no sean los extractos obtenidos de la planta del Sotol.

Este jugo ya fermentado se destila en torres de cobre. Finalmente, se eliminan lo más ligero y lo más denso de los alcoholes obtenidos en la destilación, lo que se conserva es la mejor parte del alcohol, que es la que se reposa en barricas de roble blanco. Cuando el Sotol alcanza un reposo de 6 meses, se envasa, decora, empaqueta y se distribuye a los mercados.

Desde septiembre de 2002, cuenta con denominación de origen y una regulación en su producción en territorio mexicano está dada por la Norma Oficial Mexicana NOM-159-SCFI-2004.

12. Talavera

La artesanía de Talavera se ha desarrollado por tradición histórica desde el siglo XVI en la ciudad de Puebla, la cual pertenece a la región geográfica denominada Zona de Talavera, además de que en la elaboración de la mencionada artesanía se utilizan las materias primas extraídas de esa misma región geográfica.

La elaboración de la artesanía es considerada un arte por la técnica y procesos de fabricación de los productos. La región geográfica está estrechamente relacionada con la artesanía, por ser la región en donde se introdujo esta técnica de elaboración, por lo que su nombre da origen a los productos que se fabrican en la misma. Además, su acabado, colorido y forma de presentación, resultan ser las características principales para determinar el origen y procedencia de esta artesanía.

La materia prima que se utiliza en la elaboración de la Talavera es la arcilla extraída de las minas de la región, para constituirse en el barro negro y blanco, agregándose arenilla, plomo, estaño y óxido de metales; una vez constituido el barro, se inicia el proceso de torneado y moldeo de los objetos de la loza (vajillas), azulejos, mosaicos, tibores, macetas, retablos y todo tipo de ornamentos, de manera manual o en moldes de yeso; e inmediatamente se lleva a cabo la cocción de las piezas; ya horneadas, de éstas se hace una revisión de calidad a fin de identificar las piezas deterioradas o aquellas que tienen rupturas; posteriormente, las piezas son cubiertas con esmalte cuyas características deben ser el craquelado, color, brillo y acabado vidriado.

Este esmalte, denominado "alarca", se prepara mezclando plomo, estaño y arenilla en la siguiente forma: en un horno de fuego directo se funde el plomo y enseguida se le añade el estaño,

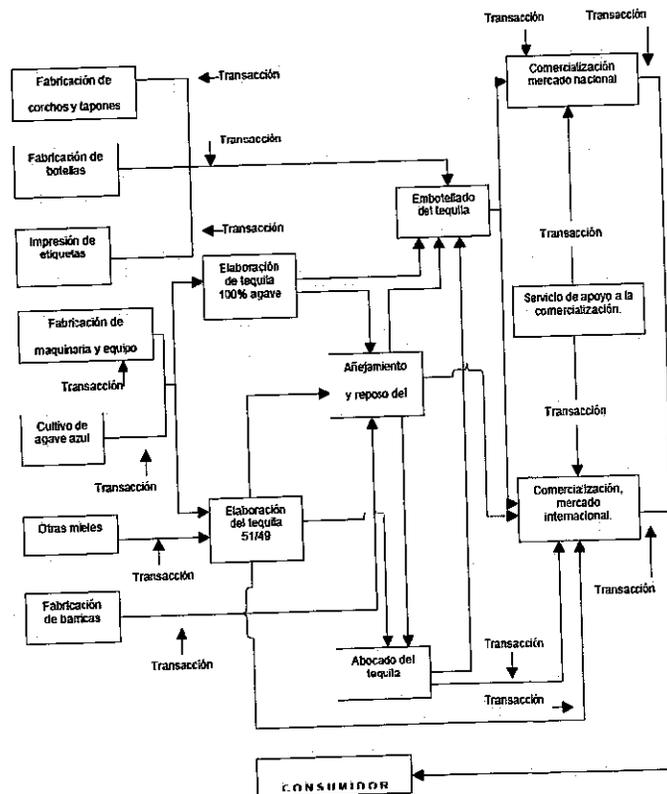


moviendo la mezcla hasta que se oxide y tome un color amarillento que cristalice; una vez fría, se muele y combina con agua. La decoración de las piezas se lleva a cabo con pinceles hechos a mano y con los colores a base de minerales diluidos en agua, lo que le da a la Talavera las características con las que se ha logrado la originalidad e identificación de esta artesanía; una vez esmaltadas y decoradas las piezas se prosigue con la segunda cocción.

13. Tequila

En la conformación de la cadena Tequila participan muchos agentes económicos, que pueden o no pertenecer a la misma empresa. Por lo que la siguiente Figura muestra la conformación de esta cadena.

Transacciones comerciales en la cadena productiva del tequila



Fuente: Fundación Produce, Jalisco A.C.

Caracterización e Identificación de los actores de la cadena del Agave-Tequila por zona productora.

Para la caracterización de la producción de agave se tiene zonas o regiones entre las que se encuentran las del Centro, Costa, Altos, Ciénega y el Valle en Jalisco y se considera al estado de Michoacán como tal.

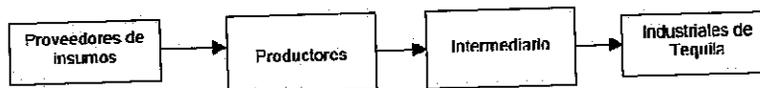
Zona Centro.

Esta zona en lo productivo se considera regular, ya que tienen un rendimiento promedio en las piñas de 40 a 50 kilogramos. Consideran que el factor tecnológico es deficiente ya que no cuentan con tecnología.

Por otro lado, en lo organizativo, como en lo económico son de malo y regular respectivamente.

En esta zona se identifican los elementos de la cadena que se muestran en la siguiente figura.

Agentes económicos identificados en la Zona Centro.

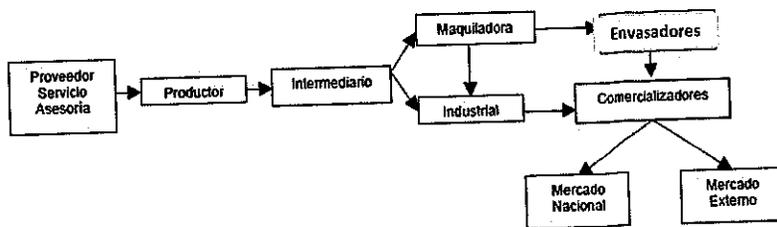


La relación que tienen los productores con sus eslabones próximos es de compra y venta al contado con los proveedores y los intermediarios respectivamente.

Zona Costa.

Esta zona se caracteriza en lo productivo por ser excelente ya que se jima en 6 años con rendimientos de 80 kilogramos por piña. Los agentes que se identifican se presentan en la figura siguiente:

Agentes económicos en la Zona Costa.



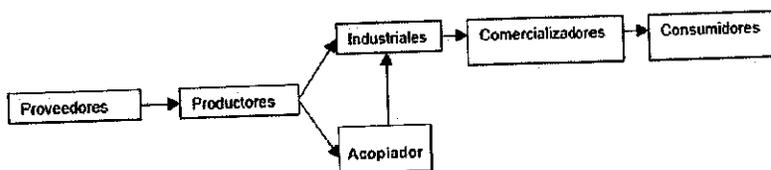
No se tiene una clara caracterización de los agentes de la cadena identificada; sin embargo, señalan que la mayoría les ofrecen lo mejor en sus relaciones mercantiles de compra-venta.

Las relaciones de compra-venta que tiene el productor con los proveedores son al contado, en tanto, que la venta al intermediario y el industrial es a crédito de 20 a 30 días para el pago. Dado lo anterior, consideran que es necesario hacer plantaciones bajo contrato para garantizar la venta de agave.

Zona de los Altos.

En esta zona se identifican los agentes que se muestran en la siguiente figura. De estos consideran a los productores como elemento básico que genera la materia prima del Tequila; por su parte a los "coyotes" los definen como una actividad acaparadora y lucrativa. Los industriales son los que transforman la materia prima en producto. Quienes venden el producto a los consumidores son los comercializadores.

Agentes económicos en la Zona de los Altos.



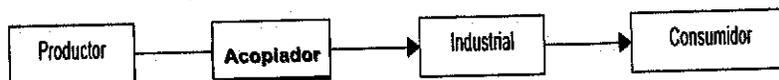
La característica de los productores de esta zona señalan, que es bueno ya que tienen 180 toneladas por hectárea de agave, sin embargo, este rendimiento lo obtienen con un nivel tecnológico bajo, en un entorno organizativo malo y con nivel económico bajo.



Zona del Valle.

En esta zona se tienen identificados cuatro agentes de la cadena; como se muestra en la figura siguiente, y resalta la conceptualización del Consumidor, ya que lo identifican como el agente principal de la cadena para seguir produciendo.

Agentes económicos para la Zona del Valle.



En lo organizativo, se considera regular y en lo económico mal, ya que trabajan con dinero propio y el introductor o acopiador se lleva la ganancia, la compra de los insumos es al contado y se vende a plazo.

14. Vainilla de Papantla.

La cadena productiva está integrada por cinco eslabones los cuales son: Proveedores de insumos y servicios, Productores, Beneficiadores, Artesanos, Industriales y Comercializadores y Exportadores que a continuación se describen:

Productores. Este eslabón es el más grande, representado por la mayor cantidad de agremiados, actualmente se han constituido y actualizado los Consejos Estatales de productores de vainilla de Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Quinta Roo y Veracruz. Cabe mencionar que la Denominación de Origen está determinada para los estados de Veracruz y Puebla.

Las aéreas cultivadas en promedio no exceden a la media hectárea. Existen varios sistemas de siembra de vainilla, donde se utilizan diversas especies de tutores vivos, como el cultivo de naranjo, pichico-cocuite y sistema de producción tecnificado en casas sombra, presentando de acuerdo al sistema de producción.

Con rendimientos variables que van desde 300 a 1000 kilos por hectárea. Este eslabón es el que tiene mayores requerimientos para su desarrollo, hay que fortalecer las plantaciones actuales e incrementar nuevas áreas de producción para contar con una mejor oferta y acceder a un mercado más grande. Actualmente, se está transfiriendo los modelos de casas sombra, el Estado de Veracruz encabeza el impulso a dicha tecnología, sin embargo también los estados de Puebla, San Luis Potosí, Quintana Roo y Oaxaca están validando la misma en condiciones locales.

Es el eslabón más abatido ya que no se ha incentivado y reconocido el valor del esfuerzo de producir vainilla por parte de los eslabones de beneficiadores, industriales y exportadores, quienes siguen ofreciendo al pequeño productor precios muy bajos por la vainilla verde, materia prima para el beneficiado y la industria.

Los volúmenes de producción en todo el país son bajos ya que solo se obtienen de 125 a 150 ton de vainilla verde lo que se transforma en escasas 25-30 toneladas de vainilla beneficiada, por ello no puede competir con volumen de la producción de países como Madagascar que es el mayor productor a nivel internacional, sin embargo es importante valorar y diferenciar la calidad que ofrece México a fin de identificar los nichos de mercado especializado que estén dispuestos a pagar un sobre precio por la calidad del producto que distingue a la Vainilla de Papantla.

Beneficiadores. Son los encargados de realizar el primer paso de transformación después de la cosecha, son los encargados de realizar el acopio de vainilla verde y realizar el proceso de beneficiado o curado que consiste en la deshidratación controlada del fruto por la exposición de los fruto de vainilla al sol o por medio de hornos caloríficos. Este mismo eslabón en muchos de los casos son los encargados de realizar la comercializan la vainilla beneficiada, que a su vez es la materia prima para la industria, por ello en todo el año se tienen operaciones comerciales con los clientes nacionales o extranjeros. Sin embargo en la época de cosecha de vainilla se convierten en intermediarios fijando los precios al productor que les vende vainilla verde a precios bajos. Es



un eslabón que actúa de manera aislada, pues en raras ocasiones existe negociación con los productores contando siempre con mayores ventajas para los beneficiadores.

Artisanos. Este ramo también se encuentra como parte de la actividad económica de la cadena productiva vainilla debido a que la elaboración de artesanías ha sido un negocio prospero a nivel familiar, las artesanías de vainilla representan una entrada de recursos económicos a través de la venta principalmente en ferias regionales donde sus productos son adquiridos a buen precio. Este eslabón, demanda una buena cantidad de vainilla beneficiada y la adquiere a los Beneficios o productores que le dan valor agregado en pequeñas cantidades, ya que la vainilla para artesanías requiere de condiciones especiales para su manualidad. También se desempeñan de manera aislada o desarticulada porque consideran que no tienen oportunidad de apoyo, no se tiene un padrón de artesanos ni existen acciones para lograr mejores condiciones de sus productos y su comercialización.

Industriales. Son quienes les dan el valor agregado después de que la vainilla es beneficiada. Como ya se ha comentado, la falta de comercialización de volúmenes importantes de la vainilla beneficiada ha traído como consecuencia la búsqueda de alternativas de venta de productos derivados como, Los extractos, licores, cremas, polvo de vainilla, aromatizantes, entre otros.

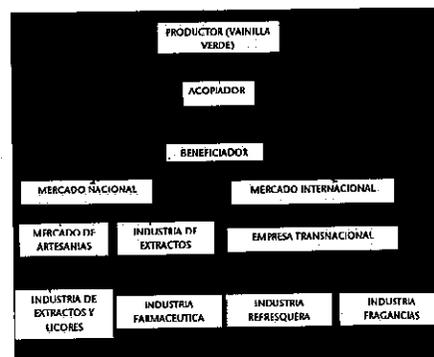
Aunque el volumen que se consume a través de la industria es relativamente bajo, representa una alternativa de venta, ya que todo está en el gusto del consumidor. La presencia de Extractos sintéticos en el mercado, realmente es una competencia desleal, que representa una desventaja significativa en relación al precio en el mercado. En ese sentido, desde hace mucho tiempo se ha solicitado la aplicación de una norma que rija el etiquetado y el contenido de los productos de vainilla, principalmente el extracto, actualmente se está trabajando la actualización de la Norma Oficial Mexicana de etiquetado y la Norma Mexicana para el extracto de vainilla natural. Por otro lado se necesita de una promoción de consumo de vainilla natural más agresiva, donde se resalten los

atributos de la vainilla natural y accediendo a mercados especializados que los reconozcan.

Exportadores. Son empresas en fase de transición que suman estructuras para darle una visión diferente a los productos mexicanos de vainilla. Se ha iniciado un proceso con respaldo del eslabón de productores, beneficiadores y exportadores para integrar una oferta exportable de vainilla gourmet y en extracto. Las exportaciones actuales forman parte de nichos de mercado pequeños que se encuentran en proceso de consolidación, tomando como principio nuevos mecanismos de mercadeo, donde se dé un servicio de calidad a los usuarios de vainilla en vaina tipo gourmet y extracto natural.

En México son aproximadamente 7 empresas en su mayoría Veracruzanas las que están en esta actividad, siendo sus volúmenes pocos pero contando con una calidad que ha logrado el posicionamiento en el mercado internacional en nichos especializados.

Investigación. El Sistema Nacional de Recursos Fitogenéticos para la Alimentación y la Agricultura SINAREFI, tiene como objetivo la creación de redes entre instituciones públicas y privadas, productores y usuarios de los recursos genéticos que a través de la articulación de capacidades e infraestructura se fomente el rescate, la conservación, investigación, desarrollo y transferencia de tecnología generada a partir del recurso mismo.





IV. Valor Social.- Personal empleado directa e indirectamente en la cadena productiva.

Resumen de Indicadores de Empleo de las Denominaciones de Origen.

Empleo en las Denominaciones de Origen	
Denominación de Origen	Número de Empleados
Ámbar	n.d.
Arroz	267 en el beneficio del arroz
Bacanora	3,000 productores primarios 20,000 productores potenciales
Café de Chiapas	264,196 productores primarios
Café de Veracruz	90,000 productores primarios
Charanda	30 productores 500 empleos directos 2,000 empleos indirectos
Chile Habanero	2,000 productores
Mango Ataulfo	6,800 productores
Mezcal	350 asociados 15,000 empleos directos 15,000 productores de agave
Olinalá	13 Unidades Económicas 55 empleos directos
Sotol	50 productores 1,500 productores primarios
Talavera	51 Unidades Económicas 187 empleos directos
Tequila	30,000 empleos directos en la industria 17,800 productores primarios
Vainilla	2,000 productores

Fuente: Información propia de las organizaciones de las DOM's y Censo Económico 2009 INEGI

Se estima que los empleos son mayores a 470 mil.

1. Ámbar de Chiapas

En el proceso de trabajo de gabinete, para este producto no ha sido posible definir información confiable.

2. Arroz Morelos

De acuerdo con el Censo Económico del 2009 (INEGI), el personal ocupado en el beneficio de arroz en el Estado de Morelos es de 267

personas, representando el 27% del total nacional de esta actividad.

3. Bacanora

Los productores han desarrollado tecnologías y formas organizativas adaptadas a la lógica de una fuente de ingresos complementarios, pero en términos generales carecen de un esquema de organización social del trabajo, prácticas de integración y especialización productiva, mecanismos formales de difusión de conocimientos, abasto de materia prima e insumos, maquinaria, equipo y servicios logísticos, entre otros.

El Consejo Sonorense Promotor de la Regulación del Bacanora representa a 950 actores registrados en 35 Asociaciones de productores de Agave y Bacanora, sin embargo esta membresía potencialmente puede extenderse a los más de 20,000 pequeños propietarios, ejidatarios y comuneros, avecindados en la Denominación de Origen Bacanora, que poseen recursos terrenos y otros activos útiles a la producción de Bacanora.

4. Café de Chiapas

El café es un importante generador de mano de obra para su cultivo y su producción. Participa de manera importante en el desarrollo de la economía de las regiones rurales que conforman el territorio protegido por la Denominación de Origen, regiones que gracias a sus factores naturales y humanos únicos son merecedores de esta distinción.

El café del Estado de Chiapas tiene 13 regiones cafetaleras de las 65 regiones a nivel nacional, cuenta con 264,196 productores ubicados en 97 municipios que se dedican a la producción básica y producen alrededor de 1'800,000 quintales de 46 kilos.

- Participación en la producción 45.32%
- El rendimiento promedio es de 13.96 quintales por hectárea.
- Chiapas fue el pionero en certificación de café orgánico.
- Tiene 13 regiones cafetaleras de las 65 regiones a nivel nacional.

5. Café de Veracruz

En el estado de Veracruz se produce en 842 comunidades de 82 municipios y en una superficie de 153,311 hectáreas, identificadas en diez regiones y un padrón **de 90 mil productores**.

6. Charanda

Actualmente existen al menos 30 productores de charanda y la industria genera 500 empleos directos y el número de empleos indirectos se estima en más o menos 2,000 empleos.

7. Chile Habanero de la Península de Yucatán

Se cuenta con una superficie plantada del orden de las 400 hectáreas que son usufructuadas por 2,000 productores.

8. Mango Ataulfo de Chiapas

En la producción de Mango Ataulfo se tienen 6,800 productores.

9. Mezcal

En la producción del agave mezcalero se tiene que aproximadamente 15,000 productores se dedican a esta actividad.

10. Olinalá

De acuerdo al Censo Económico de 2009 y considerando la clasificación de actividades económicas correspondientes a los productos de Olinalá, se tiene que para esta actividad en el Municipio de Olinalá existen 13 unidades económicas las cuales cuenta con 55 empleos directos.

11. Sotol

La Asociación de Productores de Sotol, A.C., de Chihuahua cuenta con cerca de 150 productores, generado 120 empleos directos y 400 indirectos. En la producción primaria se cuenta con alrededor de mil 500 campesinos.



12. Talavera

Considerando la clasificación de actividades económicas del Censo Económico de 2009 para los productos Talavera, se tienen 51 unidades económicas las cuales cuenta con 187 empleos directos.

13. Tequila

- 26 empresas abastecedoras
- 84 envasadoras autorizadas
- 155 fábricas de Tequila
- 30,000 empleos generados

14. Vainilla de Papantla

Aproximadamente 2000 productores se dedican a la producción de vainilla. Si los agricultores de la vainilla tuvieran una visión de "grandes productores" y aprovecharan más el espacio donde se cultiva la vainilla, la producción aumentaría de manera considerable.

V. Valor económico de los productos que cuentan con Denominación de Origen.

1. Arroz Morelos

En el periodo 2001-2013 el volumen promedio de la producción de arroz en el Estado de Morelos fue de 16 mil toneladas, representando el 6.5% de la producción nacional. En este periodo se presenta una disminución promedio anual del 6% en el Estado de Morelos, en tanto que a nivel nacional esa disminución es del 1.9%.

Producción de Arroz Palay

Entidad	Toneladas													Promedio	TMCA
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013		
Morelos	25,097	22,158	17,326	12,890	14,984	21,260	10,146	13,547	14,036	14,332	15,096	14,029	11,791	15,899	-6.10
Otros	201,541	205,036	255,940	265,651	276,165	315,990	284,551	210,824	248,992	202,345	158,365	164,758	167,985	227,549	-1.51
Nacional	226,639	227,194	273,266	278,540	291,149	337,250	294,697	224,371	263,028	216,676	173,461	178,787	179,776	243,449	-1.91

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Por lo que respecta al valor de la producción de arroz del Estado de Morelos, con un promedio de 50.9 millones de pesos en ese mismo periodo, representa el 8.4% del valor total nacional.



Valor de la Producción de Arroz Palay
Miles de pesos

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Morelos	57,321	47,054	36,769	27,783	39,985	53,236	25,697	55,754	60,628	72,751	75,265	57,441	52,138	50,902	-0.79
Otros	278,337	325,363	417,318	478,217	514,262	589,640	586,152	757,958	844,897	615,456	578,229	617,472	651,538	558,065	7.34
Nacional	335,658	372,417	454,087	506,000	554,247	642,876	611,849	813,712	905,425	688,207	653,493	674,913	703,676	608,966	6.36

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

En relación al precio medio rural, el arroz del Estado de Morelos se ubica como el mejor precio pagado al productor a nivel nacional con un promedio de 3.3 mil pesos por tonelada, cuando el promedio nacional es de 2.6 mil pesos la tonelada.

Precio Medio Rural de Arroz Palay
Pesos por tonelada

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Morelos	2,284	2,124	2,122	2,155	2,669	2,504	2,533	4,116	4,312	5,076	4,988	4,095	4,422	3,338	5.66
Otros	1,381	1,587	1,631	1,800	1,862	1,866	2,060	3,595	3,393	3,042	3,651	3,748	3,679	2,576	8.99
Nacional	1,481	1,639	1,662	1,817	1,904	1,906	2,076	3,627	3,442	3,176	3,767	3,775	3,914	2,630	8.44

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Importaciones y Exportaciones de Arroz

De forma general y considerando todas las variedades de arroz, la balanza comercial tradicionalmente ha sido deficitaria. Hay que considerar que el arroz variedad Morelos no se puede diferenciar debido a que no tiene una fracción arancelaria específica que permita identificar su comercio exterior.

Comercio Exterior de Arroz 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA				
Exportaciones	1,845,992	1,691,540	1,568,521	1,621,690	1,658,429	1,858,824	3,433,319	5,442,976	3,925,311	7,315,093	6,002,305	10,524,654
Importaciones	435,526,613	932,226,447	369,921,538	848,768,564	95,924,794	147,119,751	46,878,884	70,083,600	57,097,950	82,560,362	57,920,680	81,554,632

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía



CUARTO ENTREGABLE

Atroz - Exportaciones por país 2008-2013

País	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008	2009	2010	2011	2012	2013
TOTAL	1,845,992	1,691,540	1,588,521	1,621,580	1,656,429	1,859,823	3,439,319	5,442,976	3,925,311	7,315,091	6,002,305	10,524,653
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	1,714,831	1,520,742	1,527,017	1,591,821	1,442,503	1,596,847	1,925,220	3,388,365	3,246,548	6,091,430	4,203,420	8,023,880
CUBA	21,319	23,413	18,007	15,344	200,575	242,869	1,466,595	1,968,132	182	65	67,561	47,500
BELICE	8,690	11,282	23,413	14,483	14,401	18,183	11,933	11,542	9,090	12,080	259,878	212,198
ANGOLA	8674	3883	0	0	445	430	0	0	0	0	0	0
LIBANO					330	450	597	719	0	0	0	0
CANADA	234	210	5	2	160	198	0	0	36	55	82	50
ALEMANIA					14	7	4	10	3	10	0	0
CAIMAN					0	0	0	0	0	0	2	2
COLOMBIA					0	0	0	0	0	0	41,561	52,800
EL SALVADOR					0	0	0	0	5,500	24,750	57,759	142,096
ESPAÑA	0	0	79	40	0	0	0	0	0	0	14	5
GUATEMALA					0	0	683	15	40,419	115,005	709,251	997,090
HAITI					0	0	25,762	44,800	0	0	4,060	5,800
HONDURAS					0	0	2,048	29,350	0	0	0	0
NICARAGUA					0	0	0	0	614,998	1,056,408	655,142	1,039,720
PAISES BAJOS					0	0	0	0	19	20	0	0
PERU					0	0	0	0	0	0	40	18
PORTUGAL					0	0	0	0	0	0	187	28
SUDAFRICA					0	0	230	2	0	0	0	0
SUIZA					0	0	249	40	0	0	300	1,000
VENEZUELA					0	0	0	0	6,526	3,269	2,918	1,466
COSTA RICA	65,604	84,000										
JAPON												
PAKISTAN	26,640	48,000										

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Via Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

Atroz - Importaciones por país 2008-2013

País	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008	2009	2010	2011	2012	2013
TOTAL	435,526,613	832,226,447	369,921,638	848,769,664	95,924,784	147,119,748	46,878,884	70,083,599	57,097,950	82,560,381	57,920,680	81,554,632
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	384,562,293	847,931,548	341,982,405	803,614,855	78,564,063	115,239,302	45,484,960	68,170,300	53,713,023	77,217,630	57,193,835	80,859,529
URUGUAY	30,475,842	46,728,719	25,828,585	42,066,340	18,180,733	30,575,465	926,587	1,560,000	3,070,756	5,136,007	71,264	112,000
PAKISTAN					548,050	948,300	40,150	38,000	0	0	0	0
ITALIA	347,619	157,071	297,276	133,200	309,329	126,274	183,370	84,899	123,683	61,069	164,109	84,860
TAILANDIA	504,692	403,933	316,899	230,709	261,156	204,628	238,936	222,367	128,064	117,844	378,570	415,594
ARGENTINA			576,400	1,084,370	60,413	23,342	24,815	10,209	82,444	27,612	112,902	88,549
CHINA					1050	1,838	0	0	0	0	0	0
INDIA	1524791	2208000	37000	50000	0	0	87	40	0	0	0	0
ARABIA SAUDITA	0	0	0	40								
COLOMBIA	0	0	486									
COREA DEL SUR	16,124	19,278	0	0								
PAKISTAN	11,753,731	22,405,858	902,708	1,589,000								
VIETNAM	6,341,521	12,372,037	0	0								

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Via Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

2. Bacanora

Principales variables de la producción de agave bacanora en Sonora^{1/} 2010

Variable	2009	2010
Volumen de producción (ton)	10	312
Valor de la producción (miles de pesos)	35	468
Precio medio rural (pesos por tonelada)	3,500	1,500

1/ Sonora es el único productor de este cultivo.

Fuente: SIAP con información de la Delegación de la SAGARPA en Sonora.



Países y ciudades con presencia comercial internacional. El producto se exporta solo a Estado Unidos de América. El volumen estimado es de 15 mil litros anuales, con presencia de 3 marcas de Bacanora, el resto de la producción (360 mil litros) se comercializan en nuestro país.

Valor estimado de ventas en el extranjero. Se estima un valor de las ventas por 375 mil dólares.

Valor estimado de ventas último año. 375 mil dólares.

Valor estimado de ventas nacionales. 54 millones de pesos.

Es importante mencionar que para este producto no se puede obtener cifras oficiales sobre exportaciones e importaciones ya que no se puede diferenciar debido a que no tiene una fracción arancelaria específica que permita identificar su comercio exterior.

3. Café de Chiapas y

4. Café de Veracruz

La producción nacional de café cereza el periodo 2001-2013 presenta un decremento promedio anual del 2.2% al pasar de 1.6 millones de toneladas en 2001 a 1.3 millones de toneladas en 2013.

El café de Chiapas disminuyó mínimamente a una tasa del 0.3% y el café de Veracruz si disminuyó en 0.5%.

Producción de Café Cereza
Toneladas

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Chiapas	515,276	606,406	587,785	636,744	637,236	668,026	565,706	512,184	529,395	546,889	545,937	532,663	499,105	561,773	-0.27
Veracruz de Ignacio de la Llave	388,455	447,204	343,912	396,692	323,313	318,061	304,781	280,762	318,745	373,726	335,483	369,455	365,393	351,893	-0.51
Subtotal	903,731	1,053,609	931,677	1,033,436	960,549	986,087	870,487	802,938	848,140	920,415	881,420	902,038	864,439	913,786	-0.37
Otros	742,091	646,704	690,282	663,542	638,391	612,844	589,317	611,733	588,419	411,848	406,223	434,844	393,544	571,443	-5.15
Nacional	1,645,822	1,700,313	1,621,959	1,696,978	1,598,940	1,518,931	1,458,804	1,414,689	1,436,559	1,332,263	1,287,643	1,336,882	1,257,983	1,485,210	-2.21

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Chiapas y Veracruz contribuyen con el 65.8% al valor de la producción nacional.



Valor de la Producción de Café Cereza
Miles de pesos

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Chiapas	1,144,080	1,316,338	1,548,473	1,232,552	1,607,627	1,606,799	1,845,220	2,029,493	1,928,446	2,378,437	3,206,894	3,481,900	2,508,648	1,987,600	6.76
Veracruz de Ignacio de la Llave	572,067	516,440	471,448	643,378	707,209	975,071	866,040	1,170,666	1,319,393	1,732,381	1,848,846	2,584,750	1,791,264	1,169,066	9.88
Subtotal	1,716,147	1,834,776	2,019,921	1,875,929	2,314,736	2,583,871	2,710,260	3,200,059	3,247,839	4,110,817	5,055,740	6,066,650	4,299,912	3,156,666	7.95
Otros	1,337,023	913,534	948,624	990,364	1,299,739	1,488,145	2,155,434	2,342,607	2,098,757	1,618,702	1,760,139	2,580,931	1,760,402	1,636,431	2.32
Nacional	3,053,170	2,748,310	2,968,746	2,866,293	3,614,474	4,053,016	4,865,693	5,542,665	5,346,596	5,727,519	6,815,879	8,647,580	6,060,314	4,793,087	5.88

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

El precio medio rural del café de Chiapas como promedio del periodo 2001-2013 resulta ser mayor que el promedio nacional, sin embargo destaca que el precio medio rural del café de Veracruz presenta un crecimiento promedio del 10.5%.

Precio Medio Rural de Café Cereza
Pesos por tonelada

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Chiapas	2,220	2,174	2,835	1,936	2,523	2,738	3,262	3,962	3,643	4,351	5,874	6,538	5,026	3,606	7.05
Veracruz de Ignacio de la Llave	1,473	1,155	1,371	1,622	2,187	3,086	2,838	4,028	4,139	4,835	5,511	6,966	4,903	3,379	10.54
Subtotal	1,899	1,741	2,168	1,815	2,410	2,852	3,113	3,885	3,829	4,466	5,736	6,725	4,974	3,517	8.36
Otros	1,602	1,413	1,375	1,493	2,036	2,397	3,664	3,829	3,557	3,925	4,333	5,935	4,473	3,096	7.87
Nacional	1,855	1,618	1,830	1,689	2,261	2,666	3,335	3,918	3,722	4,299	5,293	6,468	4,817	3,367	8.28

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Importaciones y Exportaciones de Café

La balanza comercial del café siempre superavitaria con exportaciones mayores a 100 mil toneladas.

Comercio Exterior de Café 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Exportaciones	496,990,997	146,467,715	751,128,641	163,779,967	684,575,631	116,412,255	379,666,147
Importaciones	54,440,538	10,879,382	48,780,661	8,207,541	52,269,576	7,097,174	47,263,584
Saldo	442,550,459	135,588,333	702,347,980	155,572,426	632,306,055	109,315,081	332,402,563

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

Los principales países a los que se exportan el café son Estados Unidos, Bélgica, Puerto Rico y Alemania. En el caso de las importaciones son Estados Unidos, Brasil, Suiza, Reino Unido y Colombia.

ESTUDIO RELATIVO A LOS REGÍMENES JURÍDICOS DE RECONOCIMIENTO Y PROTECCIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN PAÍSES SELECCIONADOS
CUARTO ENTREGABLE

Café - Exportaciones por país 2008-2013

País	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008-2013
TOTAL	496,990,897	146,467,719	761,128,641	193,779,907	684,868,726	116,411,987	376,100,230
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	322,600,422	94,988,772	500,570,813	109,637,543	461,094,102	76,873,747	220,065,625
BELGICA	43,443,535	13,009,023	78,871,835	17,808,824	39,665,418	5,078,334	22,632,372
ALEMANIA	15,143,122	4,582,526	39,313,408	8,514,842	22,237,960	3,909,233	20,008,317
CANADA	20,676,599	6,103,891	19,691,893	4,235,659	15,432,969	2,545,674	14,286,050
FRANCIA	11,791,569	3,221,870	18,627,487	3,484,965	11,229,875	1,796,428	6,329,167
ITALIA	12,274,258	3,677,935	13,297,476	2,928,441	9,026,009	3,104,846	929,883
PUERTO RICO	17,941,455	5,782,800	10,869,115	2,193,712	36,353,000	5,763,948	22,107,470
PAÍSES BAJOS	5,655,460	1,695,330	9,695,004	2,093,430	2,502,902	438,840	1,978,600
JAPON	8,761,454	2,502,222	8,889,682	1,922,838	18,708,168	3,203,156	10,364,882
AUSTRALIA	4,100,099	1,040,904	5,999,663	1,190,761	5,641,547	878,300	2,468,848
ECUADOR	888,541	283,235	583,123	147,625	2,909,939	417,450	294,451
REINO UNIDO	6,075,411	1,468,853	5,534,922	1,017,941	3,699,619	643,508	7,208,326
INDIA	1,576,578	467,475	439,157	109,912	538,200	0	0
RUSIA	2,417,839	789,912	4,176,421	918,591	3,076,704	546,825	1,716,098
SUECIA	5,299,990	1,584,249	3,745,216	843,930	12,111,024	0	2,058,850
ESPAÑA	4,449,102	1,313,568	2,901,563	686,591	4,022,713	671,524	7,922,462
FINLANDIA	1,907,699	565,455	2,652,984	570,285	12,906,467	2,340,042	4,637,148
NORUEGA	340,360	102,945	2,322,051	928,854	175,950	7,962,593	2,392,575
NUOVA ZELANDA	1,502,073	434,588	2,190,331	460,740	1,759,414	313,140	700,578
DINAMARCA	1,321,023	404,900	2,155,436	509,395	746,058	122,800	1,270,185
COSTA RICA	57,005	49,320	1,931,013	508,622	352,778	114,767	3,800,277
COREA DEL SUR	998,438	310,828	1,670,498	393,175	2,102,263	366,553	1,146,589
SUIZA	2,187,599	607,165	1,665,429	482,226	928,854	175,950	7,962,593
JAMAICA	685,687	208,725	1,446,592	322,575	2,209,515	341,550	934,988
POLONIA	708,597	205,280	1,178,789	249,842	188,420	38,193	428
RUMANIA	525,812	157,950	841,814	170,775	874,145	170,776	388,219
AUSTRIA	232,690	70,016	712,048	172,155	836,094	140,760	418,928
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	552,248	166,350	597,417	139,285	1,294,401	227,400	466,706
ISRAEL	84,494	18,375	451,129	64,875	657,451	93,900	1,049,538
PAÍSES NO DECLARADOS	481,410	9,383	399,329	8,402	319,424	7,074	273,812
MALASIA	384,832	114,000	397,969	64,875	91,469	18,975	125,843
CHINA	229,547	60,101	286,733	57,110	50	14	0
IRLANDA	126,862	37,950	184,288	37,950	847,937	112,815	121,761
CHILE	570,122	19,475	1,699,938	51,000	1,018,094	331,500	616,870
VETNAM	132,310	0	34,500	0	0	0	0
HONG KONG	4520	754	1,171,599	21,590	5,540	481	25,247
SINGAPUR	0	0	90,571	18,975	6,816	1,104	0
GRECIA	65,848	14,220	65,809	12,480	57,449	12,540	35,936
CHIPRE	84,233	19,200	38,095	35,600	0	0	19,048
REPÚBLICA DOMINICANA	164,251	13,812	92,202	8,499	43,997	6,634	18,488
PANAMA	7,595	2,072	27,009	3,972	43,236	5,715	37,293
GUATEMALA	0	0	23,802	4,800	0	0	0
TURQUÍA	104,739	36,390	19,530	9,714	30,614	9,039	8,991
PERU	27,972	3,985	12,472	1,445	67,364	8,808	18,298
EL SALVADOR	0	0	3,175	294	13,744	1,715	0
HONDURAS	0	0	719	116	111,430	18,975	129,369
COLOMBIA	0	0	21	0	910,028	114,486	7,048,005
CUBA	0	0	0	0	0	0	0
ARABIA SAUDITA	0	0	0	0	0	0	0
ARGENTINA	0	0	0	0	0	0	0
BAHAMAS	0	0	0	0	0	0	0
BRASIL	75,069	19,200	0	0	0	0	508
EGIPTO	0	0	0	0	0	0	66,923
ESTONIA	0	0	0	0	0	0	58,814
ETIOPIA	5	2	0	0	0	0	0
GEORGIA	0	0	0	0	0	0	0
KUWAIT	0	0	0	0	0	0	59,881
LETONIA	0	0	0	0	0	0	0
MARRUECOS	65,862	19,685	0	0	0	0	0
NICARAGUA	0	0	0	0	0	0	0
PORTUGAL	448,980	132,825	0	0	0	0	0
REPÚBLICA CHECA	1,304	41	0	0	0	0	0
REPÚBLICA ESLOVACA	0	0	0	0	330	45	0
SUDÁFRICA	0	0	0	0	0	0	381,832
TAIWAN	52,012	15,180	0	0	6,923	877	122,404

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía



Café - Importaciones por país 2008-2019

País	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
TOTAL	54,440,636	10,879,282	48,780,861	6,207,541	52,289,878	7,087,169	47,269,885	10,179,001	15,468,233	1,745,874	17,476,951	1,970,970
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	15,624,214	1,447,225	17,794,391	1,772,477	26,116,000	3,877,455	31,027,969	7,842,667	6,693,513	761,351	9,282,560	1,182,879
REINO UNIDO	8,839,704	821,164	7,237,189	365,638	5,340,997	292,050	4,694,569	297,885	2,185,349	143,698	1,714,648	110,612
VETNAM	9,268,375	4,291,895	4,825,131	2,146,470	25,987	10,330	10,182	4,320	0	0	0	0
SUIZA	5,304,423	164,123	3,828,058	112,588	5,341,730	88,841	2,519,870	49,643	2,083,537	34,884	1,349,759	16,932
BRASIL	1,055,510	495,806	3,791,637	1,554,569	9,060,093	2,094,778	4,208,301	1,218,406	442,958	147,076	4,804	488
COLOMBIA	4,840,279	995,674	3,482,357	570,842	2,840,334	336,759	2,403,879	418,242	2,367,572	406,653	2,165,265	352,768
HONDURAS	3097662	1815987	2,247,288	927,934	0	0	41,388	9,665	0	0	0	0
ITALIA	2,123,211	128,515	2,205,728	131,590	1,694,350	117,979	1,363,514	101,187	869,428	71,039	2,199,485	184,900
ESPAÑA	2,038,037	105,711	970,268	48,015	693,309	27,779	169,754	8,870	16	0	125	0
COSTA RICA	204,061	30,634	953,809	128,833	271,100	75,242	425,228	109,395	569,566	137,767	598,274	110,450
GUATEMALA	1,055,313	538,864	725,528	240,121	289,988	59,237	188,871	66,527	14,378	1,544	14,264	1,137
EL SALVADOR	0	0	239820	103500	28,264	3,000	0	0	0	0	0	0
PERU	587,365	309,120	105,839	29,393	416,511	103,501	0	0	4,783	915	462	15
REPUBLICA DOMINICANA	0	0	84,308	39,400	0	0	97,269	29,214	41,304	18,200	0	0
CANADA	23,744	1,223	76,573	5,673	2,831	65	18,797	5,397	8,581	379	48,244	2,773
ETIOPIA	27541	2145	89501	4355	599	69	358	16	1,466	43	1,855	80
ALEMANIA	10,887	513	56499	3860	44,424	4,209	0	0	0	0	0	0
FRANCIA	77,674	2,978	50,932	2,864	50,378	2,660	50,519	2,825	11,577	693	47,933	2,955
ARABIA SAUDITA	24517	1558	15486	908	861	52	28	5	0	0	0	0
AUSTRIA	44,901	2,500	11263	578	48,036	2,887	0	0	0	0	0	0
PAISES NO DECLARADOS	0	0	3512	470	0	0	0	0	1,424	153	114	2
PAISES BAJOS	288	9	2057	91	0	0	0	0	0	0	0	0
INDONESIA	1203	51	1284	55	1459	131	14119	1291	60829	18046	4037	182
ISLAS CANARIAS	0	0	1183	76	0	0	0	0	0	0	0	0
KENYA	29632	2238	605	31	866	82	633	38	1,847	54	1,944	245
GUINEA	223	11	644	28	392	51	328	16	139	12	399	124
ISRAEL	0	0	145	110	522	27	0	0	150	9	1,438	35
JAMAICA	8849	3000	24	0	0	0	180	14	0	0	122	2
LIBIA	0	0	10	1	0	0	0	0	0	0	0	0
ARGENTINA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AUSTRALIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
CAYMAN (ISLAS)	0	0	0	0	575	38	0	0	0	0	0	0
CHILE	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
CHINA	41	1	0	0	0	0	21,940	4,436	0	0	3,072	161
COMUNIDAD EUROPEA	0	0	0	0	0	0	1429	335	0	0	0	0
COREA DEL SUR	11507	560	0	0	0	0	932	23	1,526	47	0	0
CUBA	0	0	0	0	0	0	2,059	216	1,974	427	26,798	3,038
EMIRATOS ARABES UNIDOS	0	0	0	43	5	0	0	0	0	0	0	0
INDIA	172	23	0	0	0	0	0	0	1,872	361	11,228	1,165
IRLANDA	0	0	0	0	0	0	953	50	0	0	0	0
LIBANO	0	0	0	0	0	0	15	2	0	0	135	54
NICARAGUA	0	0	0	45	2	12	60	150	36	0	0	0
PAPUA NUEVA GUINEA	88	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1,007	28
PORTUGAL	0	0	0	0	8,233	734	584	40	0	0	0	0
RUANDA	8988	17439	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUDAFRICA	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0
TANZANIA	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
ZIMBABWE	0	0	0	0	0	0	0	0	504	20	143	8
BELGICA	178	12	0	0	1394	76	287	24	2,566	168	45	1

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Via Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

Valor estimado de ventas nacionales. Café consumo nacional para las empresas solubilizadoras sobre de un valor estimado de ventas nacionales por más de 400 millones de pesos.

5. Charanda

En los últimos 10 años la producción del Charanda ha disminuido en 50% al pasar de 500 mil a 250 mil litros anuales, debido al marcado crecimiento de la industria tequilera.

Del total de la producción obtenida en el 2010, se estima que el 89% se destinó a la exportación y el 11% al mercado nacional.

En 2010 se exportaron 222,336 litros certificados.

En consecuencia se estima que el valor de la exportación fue de 2'890,368 dólares y el valor de la producción destinada al mercado nacional fue de 1'383,200 pesos.

Es importante mencionar que para este producto no se puede obtener cifras oficiales sobre las exportaciones ya que no se puede diferenciar debido a que no tiene una fracción arancelaria específica que permita identificar su comercio exterior.

6. Chile Habanero de la Península de Yucatán

La producción de Chile Habanero en el periodo 2001-2013 tiene un desarrollo favorable con un crecimiento promedio anual del 15%, siendo Yucatán el principal productor con un promedio anual de 2,763 toneladas anuales.

Producción de Chile Habanero
Toneladas

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Campeche	0	288	305	358	470	488	674	565	424	236	462	578	506	446	5.26
Quintana Roo	38	134	121	377	237	386	265	733	2,103	3,101	187	436	592	670	25.77
Yucatán	1,134	1,650	2,487	3,295	3,645	3,489	3,037	3,546	2,904	3,447	2,843	2,615	1,827	2,763	4.06
Subtotal	1,171	2,072	2,913	4,030	4,352	4,363	3,976	4,845	5,431	6,783	3,492	3,629	2,925	3,845	7.93
Otros	256	531	1,677	1,270	1,652	2,813	1,469	3,152	1,637	1,818	2,148	5,444	4,414	2,175	26.78
Nacional	1,427	2,603	4,590	5,300	6,004	7,176	5,446	7,996	7,068	8,601	5,640	9,073	7,339	6,020	14.62

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

En consecuencia Yucatán aporta el 40% al valor total de la producción nacional, seguido de Quintana Roo cuya aportación promedio es del 17%.

Valor de la Producción de Chile Habanero
Miles de pesos

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Campeche	0	703	1,456	2,356	3,802	3,911	7,884	6,247	5,449	3,697	5,296	4,691	6,675	4,346	22.70
Quintana Roo	181	1,129	1,522	2,750	1,799	3,584	4,223	8,331	48,014	84,749	1,677	6,662	5,996	13,124	33.86
Yucatán	14,766	14,646	19,097	35,038	29,821	35,892	35,790	43,242	38,160	54,274	32,499	28,487	22,654	31,105	3.63
Subtotal	14,948	16,478	22,074	40,144	35,422	43,387	47,878	57,820	91,623	142,721	39,471	39,841	35,325	48,241	7.43
Otros	2,341	5,025	11,495	14,563	23,223	29,257	25,120	54,616	36,841	40,987	19,270	74,226	56,545	30,270	30.39
Nacional	17,289	21,503	33,569	54,707	58,646	72,644	72,998	112,436	128,464	183,708	58,741	114,066	91,870	78,511	14.93

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

En el precio medio rural se observa que Quintana Roo tiene los precios más altos alcanzando en el 2010 un precio de 27,334 pesos por tonelada.

Precio Medio Rural de Chile Habanero
Pesos por tonelada

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Campeche		2,441	4,772	6,577	8,083	8,022	11,669	11,050	12,846	15,690	11,470	8,122	13,182	9,494	16.57
Quintana Roo	4,796	8,432	12,631	7,298	7,602	9,284	15,922	11,363	22,834	27,334	8,949	15,280	10,129	12,450	6.43
Yucatán	13,027	8,876	7,678	10,633	8,182	10,286	11,784	12,194	13,140	15,747	11,433	10,693	12,401	11,252	-0.41
Subtotal	12,762	7,953	7,579	9,961	8,140	9,944	12,041	11,935	16,870	21,041	11,305	10,979	12,076	11,737	-0.46
Otros	9,145	9,464	6,855	11,467	14,058	10,401	17,097	17,328	22,512	22,545	8,970	13,635	12,812	13,561	2.85
Nacional	12,113	8,261	7,314	10,322	9,768	10,124	13,405	14,061	18,177	21,359	10,415	12,572	12,519	12,339	0.27

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

VALOR ESTIMADO DE VENTAS EN EL EXTRANJERO. Se estima que las ventas brutas del chile habanero en el extranjero oscilan alrededor de \$10 millones de dólares anuales, siendo Estados Unidos de América su principal mercado.

VALOR ESTIMADO DE VENTAS AL AÑO. Se estima que las ventas alcanzaron el valor de \$15 millones de dólares.

VALOR ESTIMADO DE VENTAS NACIONALES. El mercado nacional absorbió alrededor del 40% del valor de las ventas.

Es importante mencionar que para este producto no se puede obtener cifras oficiales sobre exportaciones e importaciones ya que no se puede diferenciar debido a que no tiene una fracción arancelaria específica que permita identificar su comercio exterior.

7. Mango Ataulfo del Soconusco de Chiapas

La producción de Mango Ataulfo durante el periodo 2001-2013 ha tenido un crecimiento promedio del 9% anual con un promedio de 290,212 toneladas, siendo el año de 2010 cuando alcanza su máximo histórico con 430,263 toneladas. El estado de Chiapas participa con el 41% en promedio de ese total de la producción nacional.

Producción de Mango Ataulfo

Toneladas															
Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Chiapas	112,270	86,592	77,955	102,661	95,280	129,314	112,407	139,163	151,862	147,641	155,192	127,333	110,563	119,095	-0.13
Otros	19,792	33,297	86,680	119,068	121,819	179,230	175,332	232,294	220,068	282,622	239,764	241,459	273,099	171,117	24.45
Nacional	132,062	119,888	164,635	221,729	217,099	308,544	287,739	371,456	371,928	430,263	394,955	368,792	383,662	290,212	9.29

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

En el valor de la producción Chiapas aporta el 45% en promedio al valor total nacional de la producción de Mango Ataulfo.

Valor de la Producción de Mango Ataulfo

Miles de pesos															
Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Chiapas	280,379	495,706	285,923	500,254	314,876	619,398	350,269	595,303	473,674	599,856	579,421	365,294	417,182	452,026	3.37
Otros	54,356	88,936	169,115	253,667	349,111	468,865	485,779	569,435	711,969	1,236,872	777,632	984,442	1,023,968	551,874	27.72
Nacional	334,735	584,643	455,038	753,922	663,987	1,088,263	836,047	1,164,737	1,185,663	1,835,528	1,357,253	1,349,736	1,441,150	1,003,900	12.94

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

En el precio medio rural, Chiapas tiene el mejor precio promedio del periodo con 3,831 pesos por tonelada, cuando el promedio nacional es de 3,424 pesos por tonelada.

Precio Medio Rural de Mango Ataulfo

Pesos por tonelada															
Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Chiapas	2,497	5,725	3,668	4,873	3,305	4,790	3,116	4,278	3,119	4,055	3,734	2,869	3,773	3,831	3.50
Otros	2,746	2,671	1,951	2,130	2,866	2,616	2,771	2,451	3,235	4,376	3,244	4,077	3,749	2,991	2.63
Nacional	2,535	4,877	2,784	3,400	3,058	3,527	2,906	3,136	3,188	4,266	3,436	3,680	3,786	3,424	3.33

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Importaciones y Exportaciones de Mango

De forma general y considerando todas las variedades de mango, la balanza comercial tradicionalmente ha sido superavitaria. Hay que considerar que el Mango Ataulfo no se puede diferenciar debido a que no tiene una fracción arancelaria específica que permita



identificar su comercio exterior, por lo tanto, las cifras de importaciones se refieren a otras variedades de mango, ya que al tener el Mango Ataulfo del Soconusco de Chiapas una DO solo puede producirse en la zona protegida por esa DO.

Comercio Exterior de Mango 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008-2013	2009-2013	2010-2013	2011-2013	2012-2013	
Exportaciones	270,051,556	312,548,160	235,859,064	282,620,104	188,937,061	273,122,399	153,549,019	269,446,218	127,852,143	227,243,727	108,423,259	222,954,625
Importaciones	5,714,012	3,306,998	6,074,169	2,920,582	3,043,345	1,976,217	3,107,044	2,799,505	3,233,432	2,981,429	2,575,401	2,006,961

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Via Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

Considerando lo antes expuesto, los principales países receptores del mango mexicano son Estados Unidos, Canadá, Japón, Países Bajos, España y Francia.

Mango - Exportaciones por país 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008-2013	2009-2013	2010-2013	2011-2013	2012-2013	
Total	270,051,556	312,548,160	235,859,064	282,620,104	188,937,061	273,122,399	153,549,019	269,446,218	127,852,143	227,243,727	108,423,259	222,954,625
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	234,207,798	270,680,109	203,003,799	243,299,762	150,099,273	231,870,582	116,222,885	233,242,411	93,219,766	194,162,021	76,933,535	192,328,080
CANADA	30,886,671	35,815,079	25,526,514	30,814,761	23,923,650	32,845,751	22,148,887	27,591,204	20,286,322	26,466,286	17,674,055	23,768,110
JAPON	2,139,263	2,609,462	2,718,901	3,305,772	3,809,431	3,242,637	2,935,275	3,609,737	11,974,819	4,836,489	11,960,249	4,750,428
PAISES BAJOS	970,898	1,210,700	2,721,400	3,407,468	2,755,842	3,377,084	3,343,587	3,465,945	1,241,174	1,210,340	1,014,311	1,710,105
ESPAÑA	305,648	376,743	296,231	369,544	1,103,931	919,561	264,087	219,004	102,097	92,826	79,324	54,128
FRANCIA	573,931	717,259	466,617	588,035	264,690	140,984	14,401	45,000	0	0	5,500	22,000
COSTA RICA	53,883	67,536	470,354	588,035	264,690	140,984	14,401	45,000	0	0	5,500	22,000
ALEMANIA	285,317	356,535	231,251	287,890	256,706	269,868	13,402	5,779	39,925	22,557	64,989	60,825
SUIZA	206,354	211,234	39,349	47,966	211,650	22,236	7,605	700	145,995	15,356	165,840	17,510
AUSTRIA	6,826	4,800	11,904	14,252	136,046	27,819	0	0	0	0	25,332	3,024
BELGICA	62,844	89,717	32,749	40,788	101,840	71,032	222,029	72,758	24,000	5,760	0	0
REINO UNIDO	161,769	174,843	244,211	298,892	95,696	92,490	367,700	394,944	0	0	39,406	20,047
VENEZUELA					40,274	12,950	0	0	0	0	0	0
GUATEMALA	41	42	44,817	16,800	36,832	41,600	0	0	0	0	0	0
AUSTRALIA	122,433	150,398	21,892	22,125	36,604	22,159	980	100	82	8	37,949	22,005
ISRAEL	33,512	42,240	152,94	6,321	17,107	6,101	0	0	0	0	0	0
ITALIA	27,967	34,642	2,316	2,904	11,484	2,640	49,952	12,408	0	0	0	0
EMIRATOS ARABES UNIDOS					9	14	0	0	0	0	0	0
BELICE					6	6	0	0	0	0	0	0
LUXEMBURGO	3484	4356	0	0	0	0	45,081	64,418	0	0	0	0
HONG KONG					0	40	0	11	0	0	0	0
CUBA					0	0	0	0	6,742	175	0	0
PANAMA					0	0	0	0	0	0	0	0
CORES DEL SUR	41	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COLOMBIA	26	30	20	24	0	0	0	0	0	0	0	0
BRASIL	55	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ECUADOR	0	0	2,601	2,632	0	0	0	0	0	0	0	0
NUEVA ZELANDA	2,697	3,400	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RUSIA	0	0	9,454	11,579	0	0	0	0	0	0	0	0
SUECIA	9	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Via Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

Las importaciones de mango provienen principalmente de Tailandia, Ecuador, India y Perú.

Mango - Importaciones por país 2008-2013

País	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Total	5,714,012	3,306,998	6,074,189	2,220,562	3,043,345	1,976,217	3,107,044	2,299,505
Tailandia	2,148,413	538,757	2,424,435	608,928	1,519,146	384,828	1,729,253	464,089
Ecuador	1,550,831	1,709,424	1,846,162	1,770,369	816,809	1,102,676	982,860	1,321,692
India	1,050,617	142,360	1,645,141	281,760	431,329	73,210	130,104	19,595
Perú	784,008	721,854	157,508	279,491	228,690	367,904	191,571	391,340
Estados Unidos de América	378	17	845	27	28,671	3,531	0	0
Guatemala	167,068	193,985	0	0	18,900	44,089	0	21,770
Brasil	0	0	0	0	0	0	0	38,232
Filipinas	12,241	579	0	0	0	0	0	160,621
Costa Rica	14	4	0	0	0	0	0	197,836
China	640	15	0	0	0	0	0	188,018
Alemania	0	0	79	6	0	0	0	215,802
Italia	0	0	1	0	0	0	0	0

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Via Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

8. Mezcal (Agave Mezcalero)

La producción de Agave Mezcalero, que es la materia prima para la elaboración del Mezcal, durante el periodo 2001-2013 presenta un crecimiento promedio del 0.7% anual y su principal productor es el Estado de Oaxaca representando en promedio el 88% del total de la producción nacional.

Volumen de Producción de Agave Mezcalero
Toneladas

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Guerrero							100	253	3,472	4,614	6,435	4,313	6,226	3,630	99.08
Oaxaca	221,400	245,700	300,100	137,400	190,030	222,473	228,896	289,268	306,742	356,402	329,412	178,397	132,352	239,898	-4.20
Subtotal	221,400	245,700	300,100	137,400	190,030	222,473	229,096	289,516	310,214	361,017	335,847	182,710	138,578	241,852	-3.83
Otros	4,460	4,010	1,960	6,585			2,244	32,275	30,090	37,057	87,342	77,418	107,748	35,563	30.39
Nacional	225,860	249,710	302,060	143,985	190,030	222,473	231,340	301,791	340,304	398,074	423,189	260,128	246,326	271,944	0.73

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

No obstante el comportamiento del volumen de producción, en el valor se observa un decremento del 7% en promedio anual, para el estado de Oaxaca esta disminución es del 10.7%.

Valor de la Producción de Agave Mezcalero
Miles de pesos

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Guerrero							600	455	6,605	6,614	7,274	3,781	6,439	4,535	48.52
Oaxaca	698,220	800,100	944,940	164,880	320,759	284,433	279,762	367,008	388,232	383,253	300,787	207,620	179,097	403,776	-10.72
Subtotal	698,220	800,100	944,940	164,880	320,759	284,433	280,362	367,463	374,836	339,968	308,061	211,381	185,535	408,218	-10.46
Otros	13,920	16,975	10,780	28,226			2,244	45,280	35,828	74,110	91,249	89,869	124,667	48,468	20.04
Nacional	712,140	817,075	955,720	193,106	320,759	284,433	282,606	412,742	410,662	413,978	399,309	301,250	310,202	447,229	-6.69

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.



Lo que deriva en el decremento del valor de la producción es la disminución del precio medio rural del Agave ya que en el año 2001 el precio fue de 3,153 pesos por tonelada y para el 2013 éste cayó a 1,259 pesos por tonelada, lo que significa un decremento del 7.4% como promedio anual.

Precio Medio Rural de Agave Mezcalero
Pesos por tonelada

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Guerrero							6,000	1,800	1,902	1,433	1,130	872	1,034	2,025	-25.40
Oaxaca	3,154	3,256	3,149	1,200	1,688	1,279	1,222	1,363	1,200	935	913	1,164	1,353	1,683	-6.81
Subtotal	3,154	3,256	3,149	1,200	1,688	1,279	7,222	3,163	3,103	2,869	1,157	1,339	1,680	2,597	-5.11
Otros	3,121	4,233	5,500	4,286			1,000	1,403	1,191	2,000	1,161	1,157	1,363	2,401	-6.67
Nacional	3,153	3,272	3,164	1,341	1,688	1,279	1,222	1,368	1,207	1,040	944	1,158	1,259	1,700	-7.36

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Es importante mencionar que para este producto solo se pudieron obtener cifras oficiales para los dos últimos años sobre exportaciones e importaciones ya que a partir del 2012 se creó la fracción arancelaria específica.

País	2012		2013	
	Exportaciones (Miles de \$)	Importaciones (Miles de \$)	Exportaciones (Miles de \$)	Importaciones (Miles de \$)
Exportaciones	7,501,414	739,732	263,768	22,325
Importaciones	97	0	1,230	13

Mezcal - Exportaciones por país 2012-2013

País	2012 (Miles de unidades)	2013 (Miles de unidades)	2012 (Miles de unidades)	2013 (Miles de unidades)
TOTAL	7,501,414	739,732	263,768	22,325
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	4,096,899	429,906	99,129	7,079
PAISES NO IDENTIFICADOS	926,164	39341	0	0
AUSTRALIA	688,958	62,314	95,205	11,860
CHILE	334,348	66,600	0	0
ESPAÑA	131771	10861	0	0
REINO UNIDO	231,875	29,132	32,288	969
FRANCIA	173,462	23,768	0	0
SUECIA	84,240	3,922	0	0
ALEMANIA	191,623	9,401	0	0
CANADA	187,433	18,356	17,150	540
PAISES BAJOS	93,683	12,941	0	0
PERU	0	0	0	0
PARAGUAY	0	0	27,526	1740
ITALIA	74,091	8,820	0	0
RUSIA	0	0	0	0
GUATEMALA	119	76	0	0
SINGAPUR	6,011	216	2,370	112
POLONIA	0	0	0	0
LETONIA	54,546	5,387	0	0
AUSTRIA	0	0	0	0
COSTA RICA	6,628	900	0	0
NUOVA ZELANDIA	51,547	5,844	0	0
EL SALVADOR	6,474	1,134	0	0
NORUEGA	3,144	415	0	0
IRLANDA	378	25	0	0
JAPON	25,080	1,769	0	0
COLOMBIA	1,151	56	0	0
REPUBLICA DOMINICANA	0	0	0	0
ARGENTINA	13,799	2,760	0	0
BRASIL	18,174	1,070	0	0
SUIZA	4,559	180	0	0
CHINA	22	0	0	0
DINAMARCA	2,892	470	0	0
HONG KONG	102,999	554	0	0
PANAMA	38	12	0	0
SUDAFRICA	30,538	3,375	0	0

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Via Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

Mezcal - Importaciones por país 2012-2013

País	2012 (Miles de unidades)	2013 (Miles de unidades)	2012 (Miles de unidades)	2013 (Miles de unidades)
TOTAL	97	0	1,230	13
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	97	0	1,230	13

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Via Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

9. Sotol

Producción total anual de 450 mil litros.

Se exportan un total de 320,000 litros.

Es importante mencionar que para este producto no se puede obtener cifras oficiales sobre exportaciones ya que no se puede diferenciar debido a que no tiene una fracción arancelaria específica que permita identificar su comercio exterior.

10. Tequila (Agave Tequilero)

La producción de Agave Tequilero, que es la materia prima para la elaboración del Tequila, durante el periodo 2001-2013 presenta un crecimiento promedio del 9.6% anual y su principal productor es el Estado de Jalisco representando en promedio el 87% del total de la producción nacional.

Producción de Agave Tequilero
Toneladas

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Guanajuato	8,710			10,220	12,426		19,775	17,605	11,245	93,168	88,597	37,630	4,437	30,381	-5.47
Jalisco	311,891	217,672	428,084	807,476	882,357	849,358	1,138,851	1,263,398	653,618	686,309	1,061,736	1,194,936	908,724	810,340	9.32
Michoacán de Ocampo						3,000	1,035	92,604	5,900		6,510	4,375	6,331	17,108	11.26
Nayarit		500	500	14,500	27,528	31,790	92,390	88,791	118,851	13,364	36,545	118,854	3,216	45,553	18.44
Tamaulipas								1,800	7,200	400	0	16,760	0	6,540	
Subtotal	320,601	218,172	428,594	832,186	922,311	984,148	1,252,051	1,464,199	796,614	793,239	1,228,389	1,372,555	922,708	888,983	9.21
Otros	30,620	17,046	7,185	22,646	47,515	15,899	56,330	29,089	61,015	55,165	57,276	53,655	137,220	45,435	13.31
Nacional	351,221	235,218	435,779	854,842	969,826	1,000,045	1,308,381	1,493,287	857,629	848,405	1,280,664	1,426,210	1,059,928	932,418	9.84

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

No obstante el comportamiento del volumen de producción, en el valor se observa un decremento del 5.3% en promedio anual, para el estado de Jalisco esta disminución es del 5%.

Valor de la Producción de Agave Tequilero
Miles de pesos

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Guanajuato	126,150			77,160	37,275		59,325	35,210	7,177	49,687	61,181	37,572	3,929	49,467	-5.11
Jalisco	3,212,108	2,517,322	3,198,742	2,212,595	1,395,389	1,097,078	2,593,303	1,750,202	714,846	714,968	1,353,964	1,492,010	1,744,639	1,845,780	-4.96
Michoacán de Ocampo						4,500	725	173,375	2,360		4,090	2,654	6,775	27,783	6.02
Nayarit		3,500	2,000	58,000	81,467	90,885	215,901	227,981	82,639	11,285	30,129	156,473	8,090	81,524	7.91
Tamaulipas								3,800	8,640	600	0	56,620	0	17,365	
Subtotal	3,338,258	2,520,822	3,198,742	2,347,755	1,514,102	1,192,463	2,889,253	2,180,318	825,662	778,539	1,449,384	1,745,328	1,763,433	1,979,388	-5.18
Otros	455,300	195,281	55,867	87,254	96,118	41,997	123,172	46,571	64,896	72,281	80,591	75,739	202,500	122,882	-6.53
Nacional	3,793,558	2,716,104	3,254,609	2,435,009	1,610,219	1,234,460	2,992,425	2,236,889	890,658	848,821	1,529,955	1,821,068	1,965,933	2,102,270	-5.33

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Al igual que está sucediendo en el Agave Mezcalero, lo que deriva en el decremento del valor de la producción del Agave Tequilero, es la disminución del precio medio rural ya que en el año 2001 el precio fue de 10,801 pesos por tonelada y para el 2013 éste cayó a 1,855 pesos por tonelada, lo que significa un decremento del 13.7% como promedio anual.

Precio Medio Rural de Agave Tequilero
Pesos por tonelada

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Guanajuato	14,483			7,550	3,000		3,000	2,000	638	533	691	998	886	3,378	-20.78
Jalisco	10,299	11,565	7,467	2,740	1,581	1,156	2,277	1,385	1,094	1,042	1,240	1,248	1,920	3,463	-13.06
Michoacán de Ocampo						1,500	700	1,872	400		628	607	1,070	968	-4.71
Nayarit		7,000	4,000	4,000	2,959	2,859	2,337	2,567	781	844	824	1,317	2,516	2,687	-8.88
Tamaulipas								2,000	1,200	1,500	0	3,378	0	2,020	
Subtotal	10,412	11,554	7,463	2,821	1,642	1,212	2,282	1,496	1,036	979	1,185	1,272	1,911	3,483	-13.17
Otros	14,869	11,456	7,748	3,853	2,023	2,641	2,187	1,601	1,065	1,310	1,407	1,412	1,476	4,081	-17.51
Nacional	10,801	11,547	7,468	2,848	1,660	1,234	2,287	1,498	1,039	1,000	1,185	1,277	1,855	3,516	-13.66

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Importaciones y Exportaciones de Tequila

La balanza comercial del Tequila continúa en forma favorable y creciente como consecuencia del crecimiento de las exportaciones a una tasa del 7.4% en promedio anual del periodo 2008-2013 al pasar de 698.7 millones de dólares en 2008 a un total de 997 millones de dólares en 2013.

Comercio Exterior de Tequila 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total
Exportaciones	996,961,556	149,195,707	859,295,534	156,212,197	831,175,288	139,800,681	748,006,602
Importaciones	552,340	30,291	14,972,310	9,735,617	15,329,001	1,127,077	13,116,715
Saldo	444,621,216	118,905,416	844,323,224	146,476,580	675,846,287	138,673,604	734,889,887

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

Los principales países receptores del Tequila son Estados Unidos, Rusia, España, Panamá, Reino Unido y Alemania, los que en conjunto representan el 84% del valor de las exportaciones de tequila.



ESTUDIO RELATIVO A LOS REGÍMENES JURÍDICOS DE RECONOCIMIENTO Y PROTECCIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN PAÍSES SELECCIONADOS CUARTO ENTREGABLE

Tequila - Exportaciones por país 2004-2013

	2004-2005	143,199,707	529,298,424	126,212,197	531,375,296	120,930,821	745,005,602	139,443,660	618,470,616	116,249,263	696,722,146	110,460,899
Total	12,870,665	4,413,260	15,442,278	4,881,864	11,473,800	4,264,447	11,612,802	5,874,731	8,376,421	4,456,040	9,280,829	4,059,970
ALEMANIA	116,101	13,628	175,622	22,458	175,448	22,488	158,638	21,288	124,224	16,770	42,428	5,292
ANDORA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ANTILLAS NEERLANDESES	43,800	74,592	304,110	64,798	929,359	155,407	583,263	100,693	532,039	118,440	467,311	84,332
ARGENTINA	116,460	11,024	105,118	8,056	0	0	128,653	11,800	0	0	78,329	4,548
ARSENIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AUSIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
AUSTRALIA	7,551,450	981,192	5,728,818	816,191	5,212,970	709,484	6,366,751	885,418	5,037,920	514,644	4,973,498	589,463
AUSTRIA	231,783	28,870	60,186	15,300	294,802	39,816	281,415	37,161	193,697	29,371	164,004	19,551
AZERBAIJAN	185,523	11,113	387,910	21,842	152,382	9,230	229,687	13,241	28,638	4,985	74,195	30,845
BANGLADESH	309,507	38,442	254,143	94,930	258,855	38,703	285,078	44,618	206,482	28,447	239,820	29,781
BAHREIN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BANGLADESH	41,926	18,800	0	0	0	0	59,490	19,800	0	0	0	0
BARBADOS	87,631	8,490	40,717	2,971	24,084	3,528	0	0	16,704	2,448	21,768	3,312
BELGICA	1,168,840	256,880	860,790	282,820	382,614	182,463	636,094	354,473	812,489	377,845	2,410,150	460,680
BELGUE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BERMUDAS	38,455	4,824	67,246	11,520	38,176	5,400	0	0	0	0	0	0
BIELORUSIA	485,938	68,407	239,385	39,859	104,930	10,480	158,864	14,829	220,238	18,657	29,059	3,990
BOLIVIA	795,590	114,024	877,181	174,811	705,651	152,485	400,654	79,970	990,688	58,614	440,512	82,854
BOSNIA Y HERZEGOVINA	6,693,654	1,413,422	7,892,852	1,339,146	7,742,521	1,365,704	4,768,025	807,310	3,784,376	877,214	2,798,827	491,189
BRASIL	238,157	69,000	183,200	92,000	136,300	69,000	81,120	48,000	100,480	100,480	55,388	60,240
BRUNDAI	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
BUENOS AIRES	73,192	9,438	157,481	22,080	140,300	19,764	118,180	16,872	120,912	17,008	108,838	15,258
CANADA	3,987,025	733,745	4,298,871	894,522	4,496,845	2,568,322	9,965,481	1,884,252	5,343,568	1,255,221	5,214,175	1,640,625
CHILE	3,658,831	891,440	3,176,861	746,689	3,748,458	976,249	3,513,629	849,899	2,227,285	691,161	1,392,581	363,700
CHINA	2,460,392	517,581	1,233,164	578,907	854,409	219,844	674,300	137,482	387,590	97,325	313,449	89,081
CHYPRE	179,165	32,436	213,631	34,461	85,434	15,815	73,188	12,492	0	0	78,073	10,814
COLOMBIA	2,764,818	583,714	3,378,990	524,892	2,690,890	422,023	1,154,209	216,863	1,084,280	167,363	1,558,750	835,873
COREA DEL SUR	387,240	387,240	2,416,213	434,782	1,854,921	321,273	2,176,372	438,740	1,228,576	330,524	1,666,068	299,716
COSTA RICA	1,897,238	289,687	924,875	164,105	1,406,520	292,181	1,074,458	177,691	911,388	163,020	1,137,882	184,974
CUBA	402,375	114,723	183,338	90,164	202,042	77,285	67,556	21,870	155,350	63,102	112,401	28,208
DINAMARCA	254,211	37,041	128,740	22,880	52,809	10,890	127,830	24,360	74,857	299,204	1,154,982	381,832
ECUADOR	271,877	82,490	661,691	184,288	729,222	326,933	682,817	164,747	45,578	105,104	8,900	309,328
EGIPTO	20,489	19,206	277,515	32,800	0	0	0	0	0	0	0	0
EL SALVADOR	644,220	131,200	925,194	184,408	517,845	100,847	742,227	134,183	603,116	85,303	784,134	186,403
EMIRATOS ARABES UNIDOS	4,449,371	928,282	4,681,631	702,535	3,485,411	489,231	2,951,770	396,297	1,481,673	219,743	1,687,204	240,537
ESLOVENIA	14,570	3,228	192,073	11,492	134,383	39,611	141,764	38,752	38,117	4,110	74,090	29,283
ESPAÑA	27,630,894	4,282,107	18,268,373	3,615,729	16,184,643	3,888,457	12,828,461	2,770,576	5,113,763	2,473,494	8,153,236	2,700,264
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	587,578,232	113,247,103	824,815,638	107,912,517	821,721,278	104,527,211	569,862,998	103,237,005	478,286,095	60,121,218	384,258	520,716
ESTONIA	164,911	28,881	665,103	48,972	1,754,402	123,310	679,899	358,038	124,010	2,287,400	441,201	938,256
FINLANDIA	2,881,785	409,244	239,608	65,124	267,287	85,389	736,021	164,010	2,287,400	0	57,078	5,004
FRANCIA	50,400	0	11,909	34,624	1,894	214	1,894	0	0	0	0	0
FRANCIA	10,051,191	2,841,860	7,974,983	2,789,116	6,441,242	2,796,872	5,673,417	2,033,124	3,816,994	1,684,694	5,339,682	1,689,699
GERMANY	4,272,205	756,704	3,737,624	791,695	2,897,943	472,844	4,204,468	830,201	6,142,282	1,168,470	7,441,000	1,385,592
GRECIA	219,608	26,020	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HONG KONG	1,108,287	208,274	934,487	185,344	902,226	163,856	476,368	168,834	753,321	145,814	682,746	172,877
HUNGRIA	258,789	761,715	365,589	75,277	262,851	39,861	189,430	36,217	164,018	34,846	240,920	45,449
INDIA	290,285	38,001	323,244	76,618	167,554	53,679	164,409	56,889	209,705	45,484	537,071	87,254
INDONESIA	141	25	192,454	21,663	104,171	18,904	0	0	160,308	34,020	296,424	45,852
IRAN	1,029,781	189,569	971,403	167,812	747,829	122,302	764,536	128,787	493,269	89,608	652,948	113,510
IRLANDIA	3,022,934	530,139	2,494,573	520,283	2,499,418	614,290	2,074,194	402,188	1,280,881	302,677	514,311	392,815
ITALIA	38,899	5,653	61,883	17,384	49,893	11,889	0	0	0	0	0	0
JAPON	12,870,665	1,665,174	162,10,204	1,835,898	8,216,309	1,282,930	8,233,445	1,172,770	9,851,539	1,352,622	6,045,438	1,559,897
KAZAJSTAN	69,917	760	24,001	2,171	1,558	210	0	0	0	0	0	0
KENYA	3,827,228	373,638	6,073,902	1,166,717	3,000,291	920,210	2,765,874	610,157	1,291,009	285,154	1,184,038	281,689
LETONIA	10,850	27,224	200,485	35,808	33,974	59,978	276,888	46,674	38,891	17,872	146,639	28,286
LIBANO	38,792,284	814,800	266,213	58,492	601,433	97,482	336,630	38,842	82,280	18,034	204,711	32,554
LITUANIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
LUXEMBURGO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MACAO	219,350	31,521	227,119	20,831	12,449	4,300	20,865	5,425	7,200	1,800	23,407	7,864
MALASIA	166,116	2419	20,423	2,767	0	0	43,213	8,438	0	0	0	0
MARUECOS	0	0	22,529	17,612	2,455	1,200	0	0	25,000	17,600	6,000	3,982
MEXICO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MONACO	174,632	35,802	228,616	38,137	66,401	19,493	53,428	10,630	50,719	13,751	140,616	29,898
NEPALESA	234,892	31,827	42,630	7,560	18,484	34,372	151,870	21,121	170,130	28,719	186,842	21,048
NORUEGA	1,349,827	162,771	1,466,517	194,832	1,166,005	164,338	1,195,227	176,480	774,880	128,077	1,491,028	165,328
NUOVA ZELANDIA	1,030,501	145,811	1,076,643	150,770	819,185	91,188	1,098,842	127,813	1,114,320	135,006	1,080,944	128,838
PAISES BAJOS	38,730,491	619,245	38,513,022	975,152	39,285,299	755,821	39,299,312	892,498	39,854,042	897,843	29,100,003	2,161,517
PAISES NO DECLARADOS	12,731,658	1,521,415	19,216,296	1,280,172	12,592,215	1,834,868	8,685,453	1,086,882	8,483,142	1,132,982	7,409,822	992,495
PANAMA	2,981,568	400,441	2,285,478	387,074	2,238,425	385,405	1,347,898	224,775	749,210	124,134	876,792	118,288
PARAGUAY	1,850,277	292,827	1,821,098	285,978	1,287,855	200,105	816,226	134,245	855,831	142,693	866,551	146,434
PERU	141,228	38,824	66,980	15,968	146,550	32,002	128,839	33,868	169,173	39,695	93,970	12,550
POLONIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PORTUGAL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PURTO RICO	1,421,373	182,641	1,785,181	243,410	1,957,185	296,056	1,166,852	189,171	1,280,288	190,420	1,372,304	203,228



El principal país del que se importa tequila es los Estados Unidos, representando el 99.9% del total de las importaciones de tequila.

Tequila - Importaciones por país 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2008-2013	2008-2013	2008-2013	2008-2013	2008-2013	2008-2013
Total	552,340	30,291	14,972,310	9,735,617	15,329,001	4,127,077	13,116,715	806,032	10,722,675	763,576	14,732,480	961,981
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	552,235	30,279	14,971,952	9,735,678	15,327,404	4,127,073	12,552,922	787,956	10,720,791	763,540	14,732,307	961,987
PAISES NO DECLARADOS					1,520	1	560,852	18,974	0	0	0	0
CHINA					0	0	2,537	96	0	0	0	0
FRANCIA					14	0	345	3	0	0	0	0
AUSTRALIA					0	0	59	2	0	0	0	0
ANGOLA					0	0	0	0	0	0	116	1
AUSTRIA					0	0	0	0	0	0	0	0
BRASIL					5	0	0	0	0	0	0	0
COSTA RICA					0	0	0	0	0	0	0	0
ALEMANIA					0	0	0	0	0	0	52	0
ESPAÑA	0	0	5	0	53	0	0	0	0	0	0	0
GUATEMALA					0	0	0	0	1,784	36	0	0
INDIA					5	0	0	0	0	0	0	0
BARBADOS	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IRLANDA	0	0	257	36	0	0	0	0	0	0	0	0
JAPON	7	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PERU	0	0	90	1	0	0	0	0	0	0	0	0
FILIPINAS	10	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PARAGUAY	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ESLOVENIA	38	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
SUDAFRICA	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

11. Vainilla de Papantla

El volumen de producción de la Vainilla verde en el periodo 2001-2013 presenta un desarrollo favorable con un crecimiento promedio anual del 19%. Veracruz es el principal productor con un promedio de 289 toneladas anuales, representando en promedio el 97.6% del total nacional.

Producción de Vainilla Verde
Toneladas

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Puebla	20	26	17	16	29	24	22	38	91	82	78	33	57	41	9.26
Veracruz de Ignacio de la Llave	38					189	590	455	340	250	187	224	333	289	19.71
Subtotal	58	26	17	16	29	213	613	493	431	332	265	257	369	241	17.21
Otros		60		60		78	25	30	86	63	97	133	74	64	1.89
Nacional	58	86	17	76	29	291	637	523	517	395	362	390	463	296	18.91

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Veracruz aporta en promedio el 98% al valor total nacional de la producción de vainilla verde.



Valor de la Producción de Vainilla Verde
Miles de pesos

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Puebla	488	650	330	312	1,538	1,220	2,069	2,945	5,615	6,501	6,272	987	1,960	2,376	12.29
Veracruz de Ignacio de la Llave	571					4,389	22,909	23,316	18,041	8,613	9,034	12,408	26,798	13,786	37.81
Subtotal	1,059	650	330	312	1,538	5,603	24,978	26,261	21,656	15,113	15,306	13,395	28,758	11,920	31.67
Otros		1,830		750		1,345	384	1,200	2,230	3,263	4,123	7,524	5,194	2,531	9.95
Nacional	1,059	2,480	330	1,062	1,538	6,948	25,362	27,461	23,885	18,376	19,429	20,919	33,952	14,062	33.51

El precio medio rural de la vainilla verde ha crecido en el periodo 2001-2013 a una tasa del 12.3% promedio anual, destacando el precio de la vainilla de Veracruz cuyo crecimiento fue del 15%, alcanzando en 2013 los 80,581 pesos por tonelada.

Precios Medios Rurales de Vainilla Verde
Pesos por tonelada

Entidad	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Puebla	25,000	25,000	19,500	20,000	53,218	50,309	92,179	77,094	61,701	79,668	80,095	29,909	34,659	49,873	2.76
Veracruz de Ignacio de la Llave	14,873					23,242	38,806	51,279	47,195	34,438	48,414	55,342	80,581	43,797	15.12
Subtotal	18,284	25,000	19,500	20,000	53,218	26,326	40,761	53,280	50,258	45,568	57,779	52,079	73,907	41,228	12.34
Otros		30,500		12,500		17,244	15,569	40,000	25,834	51,487	42,594	56,518	70,414	32,969	7.90
Nacional	18,284	29,837	19,500	14,048	53,218	23,890	39,785	52,518	46,183	46,517	53,715	53,593	73,351	40,264	12.27

Fuente: SIAP con información de las Delegaciones estatales de la SAGARPA.

Importaciones y Exportaciones de Vainilla

No obstante que el volumen de las exportaciones de vainilla durante el periodo 2008-2013 han decrecido al pasar de 31 toneladas en 2008 a un total de 15 toneladas en 2013, el valor de las exportaciones a crecido al reportar en el 2008 351.3 mil dólares y en el 2013 el valor ascendió a 425.2 miles de dólares.

Comercio Exterior de Vainilla 2008-2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Promedio	TMCA
Exportaciones	425,164	15,386	831,138	41,892	569,111	52,837	436,946	47,494
Importaciones	14,200	117	176,941	19,262	92,788	6,093	50,541	1,013
Saldo	410,964	15,269	654,197	22,630	476,323	46,744	386,405	46,481

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía.

Los principales países a los que se exporta la vainilla son Estados Unidos, Alemania, Canadá, Francia y Australia.

ESTUDIO RELATIVO A LOS REGÍMENES JURÍDICOS DE RECONOCIMIENTO Y PROTECCIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN PAÍSES SELECCIONADOS
CUARTO ENTREGABLE

Vainilla - Exportaciones por país 2008-2013

País	2008		2009		2010		2011		2012		2013	
	V. (M\$)	Q. (Mg)										
Total	425,164	15,386	831,138	41,892	569,111	52,837	436,946	47,494	383,936	99,561	351,251	30,955
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	167,270	12,543	227,779	17,812	252,113	46,374	164,777	42,823	184,757	82,570	157,432	24,847
PAISES NO DECLARADOS	160,832	1615	533,338	22692	136,991	880	108,977	573	116,656	3,031	122,211	4,086
ALEMANIA	33,573	328	695	23	103,421	1,623	98,597	1,791	17,626	344	0	0
CANADA	11,117	368	7,177	444	54,264	1,588	4,339	342	21,970	339	15,927	374
FRANCIA	19,586	300	23,408	243	14,707	201	38,483	1,381	4,504	75	21	9
AUSTRALIA	0	0	0	0	5,825	80	5,423	65	3,821	50	0	0
BRASIL	0	0	23582	250	832	40	0	0	2,400	20	6,800	120
AUSTRIA	0	0	0	0	469	22	0	0	0	0	0	0
REINO UNIDO	0	0	84	1	435	3	0	0	132	6	13,422	150
ESPAÑA	0	0	4,663	216	37	8	3,017	29	0	0	5,704	335
JAPON	0	0	0	0	12	5	4,611	194	12	24	0	0
EMIRATOS ARABES UNIDOS	0	0	0	0	5	9	0	0	0	0	0	0
BELGICA	0	0	0	0	0	0	3,827	150	0	0	11	0
ITALIA	38	2	8,263	100	0	0	3,554	51	0	0	0	0
COLOMBIA	0	0	0	0	0	0	1,217	10	0	0	0	0
EL SALVADOR	0	0	0	0	0	0	92	78	0	0	0	0
ARGENTINA	0	0	0	0	0	0	16	5	6,500	100	0	0
BELICE	0	0	0	0	0	0	0	2,682	6,150	273	180	0
COSTA RICA	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0
CUBA	0	0	4	4	0	0	0	0	15,621	4,964	25,510	1,000
SUIZA	221	1	0	0	0	0	0	0	0	0	940	22
CHILE	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DINAMARCA	13610	120	0	0	0	0	0	0	1,900	78	0	0
HUNGRIA	0	0	0	0	0	0	0	0	5,350	1,813	0	0
PUERTO RICO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PERU	16500	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NUEVA ZELANDA	0	0	98	1	0	0	0	0	0	0	0	0
SUECIA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,000	30

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía

Por lo que respecta a las importaciones de los últimos dos años, las procedentes de Estados Unidos representan el 96% y el restante 4% corresponde a Indonesia.

Vainilla - Importaciones por país 2008-2013

País	2008		2009		2010		2011		2012		2013	
	V. (M\$)	Q. (Mg)	V. (M\$)	Q. (Mg)	V. (M\$)	Q. (Mg)	V. (M\$)	Q. (Mg)	V. (M\$)	Q. (Mg)	V. (M\$)	Q. (Mg)
Total	14,200	117	176,941	19,282	92,788	6,093	50,541	1,013	41,783	1,041	91,159	3,209
ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	830	3	171,136	19206	88,879	6,052	49,156	992	40,376	1,028	88,204	3,122
INDONESIA	11,093	108	4,310	43	3,909	41	1,379	20	429	5	1,534	80
ALEMANIA					0	0	6	0	0	0	0	0
CANADA					0	0	0	0	69	5	0	0
SUIZA					0	0	0	0	0	0	80	0
ESPAÑA					0	0	0	0	24	0	34	0
FRANCIA					0	0	0	0	0	0	0	0
MADAGASCAR	2277	4	1416	10	0	0	0	0	865	1	1,129	0
REINO UNIDO	0	0	79	1								
UGANDA					0	0	0	0	0	0	168	5

Fuente: Elaborado con información del Sistema de Información Arancelaria Vía Internet (SIAVI) - Secretaría de Economía



TEQUILA	TODOS JALISCO (125) Municipios, NAYARIT (8), TAMAULIPAS (11), MICHOACÁN (30), GUANAJUATO (7) total 181	09/12/1974 13/10/1977* 03/11/1999* 26/06/2000* */ Modificaciones	NOM-006-SCFI-2012 BEBIDAS ALCOHÓLICAS TEQUILA ESPECIFICACIONES.	CONSEJO REGULADOR DEL TEQUILA, A.C. (C.R.T) STATUS: VIGENTE (25-06-2011)	171
MEZCAL	GUERRERO, OAXACA (PART. 7 MUNICIPIOS), DURANGO, SAN LUIS POTOSÍ, ZACATECAS, GUANAJUATO (1 MUNICIPIO), TAMAULIPAS (11 MUNICIPIOS).	28/11/1994 29/11/2001* 03/03/2003* 22/11/2012* */ Modificaciones	NOM-070-SCFI-1994, BEBIDAS ALCOHÓLICAS-MEZCAL-ESPECIFICACIONES	CONSEJO MEXICANO REGULADOR DE LA CALIDAD DEL MEZCAL A.C. (COMERCAM) STATUS: VIGENTE (13-08-11)	279
OLINALÁ	GUERRERO (MUNICIPIO DE OLINALÁ)	28/11/1994	NO LA HAY	NO LO HAY	
TALAVERA	ZONA DE TALAVERA DE PUEBLA (ATLIXCO, CHOLULA, PUEBLA Y TECALI)	11/09/1997 16/10/2003* */ Modificaciones	NOM-132-SCFI-1998 ESPECIFICACIONES, CARACTERÍSTICAS Y PRUEBAS A LAS QUE DEBERÁ SOMETERSE LA CERÁMICA TALAVERA.	CONSEJO REGULADOR DE TALAVERA A.C. STATUS: CANCELADO (12-05-2008)	



BACANORA	SONORA (33 MUNICIPIOS)	06/11/2000	NOM-168-SCFI-2004 BEBIDAS ALCOHOLICAS-BACANORA-ESPECIFICACIONES DE ELABORACION, ENVASADO Y ETIQUETADO. NO HA ENTRADO EN VIGOR	EN CREACION	
ÁMBAR DE CHIAPAS	CHIAPAS	15/11/2000	NOM-152-SCFI-2003 ESPECIFICACIONES Y MÉTODOS DE PRUEBA. NO HA ENTRADO EN VIGOR	CONSEJO REGULADOR DEL AMBAR	
CAFÉ VERACRUZ	VERACRUZ	15/11/2000	NOM-149-SCFI-2001 CAFÉ VERACRUZ - ESPECIFICACIONES Y MÉTODOS DE PRUEBA	CONSEJO REGULADOR DEL CAFÉ VERACRUZ A. C. STATUS: CANCELADO	
SOTOL	CHIHUAHUA, COAHUILA Y DURANGO	08/08/2002	NOM-159-SCFI-2004 BEBIDAS ALCOHÓLICAS-SOTOL-ESPECIFICACIONES Y MÉTODOS DE PRUEBA. NO HA ENTRADO EN VIGOR	EN CREACION	
CHARANDA	MICHOACÁN (16 MUNICIPIOS)	27/08/2003	NOM-144-SCFI-2000 BEBIDAS ALCOHÓLICAS - CHARANDA - ESPECIFICACIONES.	EN CREACION	

CAFÉ CHIAPAS	CHIAPAS (12 MUNICIPIOS)	27/08/2003	NOM-169-SCFI- 2007 CAFÉ CHIAPAS- ESPECIFICACION ES Y METODOS DE PRUEBA.	EN CREACION	
MANGO ATAULFO DEL SOCONUSCO CHIAPAS	CHIAPAS (13 MUNICIPIOS)	27/08/2003	NOM-182-SCFI- 2012 MANGO ATAULFO DEL SOCONUSCO, CHIAPAS - ESPECIFICACION ES Y METODOS DE PRUEBA	NO LO HAY	
VAINILLA DE PAPANTLA	VERACRUZ (20 MUNICIPIOS) Y PUEBLA (19 MUNICIPIOS)	5/03/2009	NOM-182-SCFI- 2011, VAINILLA DE PAPANTLA, EXTRACTOS Y DERIVADOS- ESPECIFICACION ES, INFORMACIÓN COMERCIAL Y METODOS DE ENSAYO (PRUEBAS)	EN CREACION	
CHILE HABANERO DE LA PENINSULA DE YUCATAN	YUCATÁN, CAMPECHE, Q.ROO.	04/06/2010	NOM-189-SCFI- 2012 CHILE HABANERO DE LA PENINSULA DE YUCATÁN - ESPECIFICACION ES Y METODOS DE PRUEBA	EN CREACION	
ARROZ MORELOS	MORELOS	16/02/2012			



PROPONER UN SISTEMA DE SOLUCIÓN DE
CONTROVERSIAS CUANDO SE PUDIESEN DAR ESTAS
ANTE LA EXISTENCIA DE DIFERENTES FIGURAS
JURÍDICAS DE PROTECCIÓN Y RECONOCIMIENTO

QUINTO ENTREGABLE

Noviembre 2014



CONTENIDO

- I. INTRODUCCIÓN.
- II. CONFLICTOS ENTRE MARCAS E INDICACIONES GEOGRÁFICAS.
- III. ACUERDOS Y ORGANISMOS INTERNACIONALES.
- IV. CONFLICTOS ENTRE INDICACIONES GEOGRÁFICAS HOMÓNIMAS.
- V. PROPUESTA DE PROCEDIMIENTOS PARA LA REGULACIÓN DE LA SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS.
- VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.
- VII. ANEXOS



I. Introducción

Las controversias que se pueden generar en esta materia, se dividen genéricamente en dos partes:

A. Las que se podrían instaurar entre marcas e indicaciones geográficas.

B. Las que se podrían instaurar entre indicaciones geográficas homónimas.

A efecto de determinar el marco legal generalizado de las marcas y de las indicaciones geográficas, se refieren las características básicas de estas figuras.

1. MARCAS.

Por MARCA debemos entender a todo signo o combinación de signos, que tenga capacidad para distinguir en el mercado productos o servicios de otros de su misma especie o clase.

1.1 Distintividad

El artículo 88 de la Ley de la Propiedad Industrial mexicana exige además que la marca debe ser visible al no reconocerse a otra especie de marcas, que sí son consideradas en otras latitudes, tales como las marcas sonoras u olfativas.

De este orden de ideas se desprende que la principal función (aunque no la única) de una marca, es la de distinguir bienes o servicios, pudiendo encontrarse dicha distintividad implícita en la marca o bien alcanzarse por el uso (significación secundaria o "secondary meaning").

En la legislación mexicana no se contempla la posibilidad de que el signo marcario adquiera su distintividad de la significación secundaria.

1.2 Principio de territorialidad

Debido a este principio, el reconocimiento a la exclusividad de un signo distintivo sólo se refiere a un territorio determinado, esto es, pueden coexistir símbolos marcarios idénticos que distinguen productos o servicios de la misma especie y clase, cuando dichas marcas se usan en territorios distintos, pudiendo estos territorios ser países distintos, o comunidades económicas que agrupan a diversos países o inclusive territorios distintos dentro de un mismo país.

1.3 Principio de especialidad

Las marcas son registradas para distinguir determinados productos y servicios, con lo cual puede darse la coexistencia de una marca idéntica o similar en grado de confusión, para distinguir productos y/o servicios diversos, como lo es el caso de la marca REMINGTON, la cual perteneciendo a tres distintos titulares y no existiendo vinculación de mercado, distingue máquinas de escribir, escopetas y rasuradoras eléctricas.

1.4 Fuentes del derecho marcario

La fuente o el derecho para adquirir una marca, puede provenir de tres vertientes distintas: a) el uso, b) el registro y c) la notoriedad (en caso de marcas notoriamente conocidas, como lo es el caso de la marca GUCCI reconocida en México por decisión del Poder Judicial Federal, al determinarse que era una marca notoriamente conocida en el extranjero).



De todas estas fuentes, la más importante por su preponderancia es desde luego el uso, en virtud de que las marcas son instrumentos mercantiles que permiten distinguir satisfactorios en el mercado.

De conformidad con los usos mercantiles y el artículo 3 fracción I, del Código de Comercio, se reconoce el carácter de comerciante a aquel que haga del comercio su ocupación ordinaria, es decir a aquel que de forma reiterada realiza actos de comercio.

1.5 Derecho preferente

En este orden de ideas, debido a la tradición mercantil el uso reiterado de una marca en el comercio concede al usuario primigenio, ya sea en México o en el extranjero, derechos prelativos, reconociéndoseles inclusive a éstos un derecho preferente sobre los titulares de un registro marcario (artículo 151 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial).

La legislación mexicana se sustenta en el principio general de derecho que reza "**Primero en tiempo, primero en derecho**", del que se desprende el reconocimiento del derecho prelativo o preferente a quien:

- a) En primer lugar hubiese usado con anterioridad y de manera continua (en México o en el extranjero) la marca (fecha de primer uso), incluyéndose en este contexto el uso superlativo que redundaba en una marca notoria.
- b) En segundo lugar a quien hubiese solicitado el registro en primer lugar (fecha legal).
- c) La reclamación del derecho prioritario, que es el reconocimiento de la fecha legal de un registro solicitado en el extranjero, lo cual tiene que ejercerse en México dentro de los tres meses posteriores a la presentación de la solicitud en el extranjero.

2. INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Las indicaciones geográficas como se ha establecido a lo largo del presente estudio pueden ser denominaciones de origen, marcas colectivas, marcas de certificación, o cualquier otro signo distintivo que haga referencia a un indicador geográfico determinado y que sea reconocido en el país de origen.

Así pues las indicaciones geográficas son signos utilizados para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades derivadas específicamente de su lugar de origen, los consumidores los identifican por la región, localidad, zona o país en donde se producen y tienen inmersa en su denominación un origen geográfico determinado y una calidad garantizada.

Recordemos que la definición de dicho concepto es la establecida en el Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC) la cual en el Artículo 22 establece a la letra lo siguiente:

Artículo 22:

"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."

A semejanza de las marcas, la función principal de las indicaciones geográficas es la de diferenciar bienes procedentes de un determinado lugar. La referencia al lugar de fabricación o de producción es inherente a las indicaciones geográficas.

Por lo general, una indicación geográfica se reconoce en el país en el que está situado el lugar cuyo nombre constituye la indicación geográfica. Este país se denomina normalmente "el país de origen"

entendiéndose este como el país 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.

Al igual que las marcas, las indicaciones geográficas están sujetas al principio¹ de especialidad, a saber, están protegidas únicamente para el tipo de productos para los que se utilizan realmente, y de territorialidad, es decir que están protegidas únicamente en un territorio determinado y están sujetas a las leyes y normas aplicables en dicho territorio.

En el caso de las indicaciones geográficas que gozan de notoriedad se hace una excepción al principio de la especialidad. Actualmente, los tratados administrados por la OMPI o el Acuerdo sobre los ADPIC no reconocen la posibilidad de otorgar mayor protección a esta categoría particular de indicaciones geográficas.

No obstante, puede sostenerse que la utilización no autorizada de una indicación geográfica notoria se aprovecha o va en detrimento de la reputación de dicha indicación geográfica y, por consiguiente, sí constituye un acto de competencia desleal.

En este contexto es que el Acuerdo ADPIC establece un marco legal para la solución de conflictos entre marcas e indicaciones geográficas, siempre teniendo en cuenta 1) la entrada en vigor de éste, 2) el inicio de protección de las indicaciones geográficas en sus países de origen y 3) el momento de adquisición de derechos de marca de buena fe respecto de signos idénticos o similares a las indicaciones geográficas que se utilicen en productos respecto de los que la indicación geográfica respectiva cuente con protección.

En este entendido el Artículo 24 de ADPIC establece:

¹ A la fecha el Consejo no se ha establecido.

Artículo 24

Negociaciones internacionales; excepciones

1. Los Miembros convienen en entablar negociaciones encaminadas a mejorar la protección de las indicaciones geográficas determinadas según lo dispuesto en el artículo 23. Ningún Miembro se valdrá de las disposiciones de los párrafos 4 a 8 para negarse a celebrar negociaciones o a concertar acuerdos bilaterales o multilaterales. En el contexto de tales negociaciones, los Miembros se mostrarán dispuestos a examinar la aplicabilidad continuada de esas disposiciones a las indicaciones geográficas determinadas cuya utilización sea objeto de tales negociaciones.
2. El Consejo de los ADPIC mantendrá en examen la aplicación de las disposiciones de la presente Sección; el primero de esos exámenes se llevará a cabo dentro de los dos años siguientes a la entrada en vigor del Acuerdo sobre la OMC. Toda cuestión que afecte al cumplimiento de las obligaciones establecidas en estas disposiciones podrá plantearse ante el Consejo que, a petición de cualquiera de los Miembros, celebrará consultas con cualquiera otro Miembro o Miembros sobre las cuestiones para las cuales no haya sido posible encontrar una solución satisfactoria mediante consultas bilaterales o plurilaterales entre los Miembros interesados. El Consejo adoptará las medidas que se acuerden para facilitar el funcionamiento y favorecer los objetivos de la presente Sección.
3. Al aplicar esta Sección, ningún Miembro reducirá la protección de las indicaciones geográficas que existía en él inmediatamente antes de la fecha de entrada en vigor del Acuerdo sobre la OMC.
4. Ninguna de las disposiciones de esta Sección impondrá a un Miembro la obligación de impedir el uso continuado y similar de una determinada indicación geográfica de otro Miembro, que identifique vinos o bebidas espirituosas en relación con bienes o servicios, por ninguno de sus nacionales o domiciliarios que



hayan utilizado esa indicación geográfica de manera continua para esos mismos bienes o servicios, u otros afines, en el territorio de ese Miembro a) durante 10 años como mínimo antes de la fecha de 15 de abril de 1994, o b) de buena fe, antes de esa fecha.

5. Cuando una marca de fábrica o de comercio haya sido solicitada o registrada de buena fe, o cuando los derechos a una marca de fábrica o de comercio se hayan adquirido mediante su uso de buena fe:

a) antes de la fecha de aplicación de estas disposiciones en ese Miembro, según lo establecido en la Parte VI; o

b) antes de que la indicación geográfica estuviera protegida en su país de origen;

Las medidas adoptadas para aplicar esta Sección no prejuzgarán la posibilidad de registro ni la validez del registro de una marca de fábrica o de comercio, ni el derecho a hacer uso de dicha marca, por el motivo de que ésta es idéntica o similar a una indicación geográfica.

La protección de las indicaciones geográficas en el plano internacional y su amplitud territorial se lleva a cabo a través de acuerdos bilaterales o multilaterales y son un instrumento tradicional de protección de las indicaciones geográficas. Pueden presentarse como tratados independientes o formar parte de un tratado de comercio más general entre dos Estados. Pueden abarcar una amplia gama de productos o limitarse únicamente a productos específicos. Pueden haberse concertado hace mucho tiempo, por ejemplo, "el Tratado del cangrejo de río" concertado entre Francia y Sudáfrica en el decenio de 1930 (véase el *Symposium on the International Protection of Geographical Indications*, Somerset West, 1999, publicación N° 764 de la OMPI, página 31), o ser más recientes (Tratados comerciales, citados en el entregable 2 del presente estudio). Lo que tienen en común dichos acuerdos es que dos Estados o dos interlocutores comerciales

convienen en proteger sus respectivas indicaciones geográficas. En anexo al Acuerdo figuran habitualmente listas con las indicaciones geográficas de ambas partes, protegidas por el Acuerdo.

Otra posibilidad de obtener protección internacional para las indicaciones geográficas es mediante la concertación de tratados multilaterales o la adhesión a los mismos, tales como el Convenio de París, el Arreglo de Madrid sobre las indicaciones de procedencia, el Arreglo de Lisboa, y el Acuerdo sobre los ADPIC.

II. Conflictos entre marcas e indicaciones geográficas

Las indicaciones geográficas y las marcas son figuras distintas, constituyendo dentro del contexto de los signos distintivos, especies diversas del mismo género.

Debido a la intensificación del comercio, el principio de territorialidad ha dejado de ser absoluto para resolver conflictos entre partes, toda vez que existen ahora diversas formas de comercialización, siendo una de ellas el Internet que traspasa fronteras, exigiéndose para ello nuevas soluciones.

No obstante que específicamente constituyen distintas categorías de signos distintivos, pueden surgir controversias entre estas dos figuras.

Las indicaciones geográficas no se crean, inventan o eligen arbitrariamente, sino que es la designación que se le da a una región geográfica determinada en relación con determinados productos que vienen de la misma.

En este contexto, cabe la posibilidad que algunas marcas tengan un igual o similar nombre de algunas regiones geográficas y que ambos signos distintivos se refieran a la misma clase de productos, surgiendo en estos casos un conflicto entre partes, mismos que podrían tener el siguiente carácter:



- a. Un conflicto entre particulares de un mismo país.
- b. Un conflicto entre particulares de distintos países.
- c. Un conflicto entre particulares con el Estado al que pertenecen.
- d. Un conflicto entre particulares con un Estado ajeno al que pertenecen.
- e. Un conflicto entre Estados.

La legislación mexicana (artículo 90 fracciones IV, X y XI de la Ley de la Propiedad Industrial), así como el común de las legislaciones en el mundo, prohíben el registro de marcas descriptivas o engañosas.

En este contexto, no podrán protegerse las marcas que consisten en una indicación geográfica o contengan una indicación geográfica, si cabe la posibilidad de que la utilización de dichas marcas induzca a error o engaño, en cuanto el verdadero origen de los productos distinguidos con dicha marca.

Es así que se excluye expresamente la posibilidad de que se registren términos geográficos que puedan considerarse como constitutivos de una referencia del origen de los productos en cuestión.

Por otro lado sí se podrán registrar términos geográficos cuando no exista o pueda crear confusión alguna por parte del público, como lo es el caso de los acumuladores Monterrey, o el término Antártica para distinguir plátanos.

En este contexto, cabe la posibilidad que regiones geográficas diversas, tengan un igual o similar nombre y produzcan la misma clase de productos.



La legislación para la protección contra la competencia desleal o atribulación engañosa, tiene con el fin de regular una vía procesal contra los actos comerciales ilícitos, como por ejemplo efectuar actos engañosos o falsos en el curso de actividades comerciales.

Es así que la utilización no autorizada de una denominación geográfica, para que constituya competencia desleal, debe de inducir a engaño al público consumidor, lo que realmente sólo podrá ocurrir en el supuesto de que la denominación geográfica goce de prestigio.

Marcas colectivas y de certificación

Cuando las indicaciones geográficas están protegidas en calidad de marcas colectivas o de certificación, su protección se rige por el derecho de marcas aplicable. Los conflictos relativos a los derechos de marcas concurrentes se resuelven con arreglo al derecho de marcas en aplicación del principio de prioridad. Dependiendo del derecho de marcas aplicable, los derechos de prioridad podrán otorgarse sobre la base de una solicitud anterior, de la utilización anterior o, en determinadas circunstancias, se otorgarán a la marca que haya sido la primera en convertirse en notoriamente conocida.

Teniendo en cuenta estos principios, no parece constituir un problema la solución de conflictos entre indicaciones geográficas protegidas en calidad de marcas colectivas o de certificación y las marcas individuales.

III. Acuerdos y Organismos Internacionales.

No existen muchos acuerdos multilaterales internacionales sobre la propiedad intelectual que regulen expresamente la relación existente entre las marcas y las indicaciones geográficas. En el ámbito del presente estudio se examinarán dos acuerdos, a saber, el Arreglo de Lisboa y el Acuerdo sobre los ADPIC.



- i) Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional
1. En el Arreglo de Lisboa no se aborda directamente la cuestión de los conflictos entre las marcas y las indicaciones geográficas. Un Estado parte en el Arreglo de Lisboa está obligado a proteger una denominación de origen registrada internacionalmente si no ha declarado, en el plazo de un año contado a partir de la recepción de la notificación del registro internacional, que no puede asegurar la protección en su país de esa denominación de origen (Artículo 5.3). Asimismo, deben indicarse los motivos de dicha declaración. Sin embargo, el Arreglo de Lisboa no especifica de por sí los motivos en los que puede basarse dicha declaración. Cabe la posibilidad de que no pueda protegerse una denominación de origen registrada internacionalmente en un Estado parte en el Arreglo de Lisboa debido a que se considera que esa denominación es un término genérico en dicho país o a que los derechos anteriores existentes entrarían en conflicto con esa denominación.
 2. En la medida en que no se haya efectuado una declaración en virtud del Artículo 5.3 en relación con una denominación de origen registrada internacionalmente, esa denominación de origen estará protegida de conformidad con el Artículo 3. Además, el Artículo 5.6 prevé que, si una denominación protegida en un país tras haberse efectuado su registro internacional fuese ya utilizada por terceros en dicho país, desde una fecha anterior a dicha notificación, estos últimos tendrán derecho a utilizar esa denominación de origen durante un período adicional de dos años, contados a partir de la expiración del plazo de un año en el que puede efectuarse la declaración prevista en el Artículo 5.3), antes de que haya de terminarse dicha utilización.



ii) El Acuerdo sobre los ADPIC

1. La relación existente entre las marcas y las indicaciones geográficas se aborda en varias disposiciones del Acuerdo sobre los ADPIC. Los Artículos 22 y 23 establecen la norma general de protección de las indicaciones geográficas, así como su relación con las marcas. En el Artículo 24 se prevén ciertas excepciones a esas normas.
2. En el Artículo 22.3 figura la obligación de los miembros de la OMC que estén obligados a aplicar el Acuerdo sobre los ADPIC a denegar o invalidar, de oficio si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada, el registro de una marca 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 para esos productos en ese miembro es de naturaleza tal que induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen.
3. En el Artículo 23 se prevé la protección adicional de las indicaciones geográficas para vinos y bebidas espirituosas, y en el Artículo 23.3 se estipulan las condiciones de esta protección adicional en relación con el registro de marcas. Así, los miembros de la OMC que apliquen el Acuerdo sobre los ADPIC están obligados a denegar o invalidar, de oficio si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada, el registro de toda marca de fábrica o de comercio para vinos que contenga o consista en una indicación geográfica que identifique vinos o para bebidas espirituosas que contenga o consista en una indicación geográfica que identifique bebidas espirituosas. Es de resaltar que ha de preverse la protección de las indicaciones geográficas para vinos y bebidas espirituosas contra su registro en calidad de marcas, prevista en el Artículo 23.2, independientemente de que la utilización de dicha indicación geográfica como marca para dichos



productos induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen. Por esta razón, el alcance ampliado de la protección prevista en el Artículo 23.2 se denomina asimismo protección "absoluta".

4. En el Artículo 24 del Acuerdo sobre los ADPIC se enumeran varias excepciones a la obligación de los Miembros de la OMC de proteger las indicaciones geográficas de conformidad con los Artículos 22 y 23 del Acuerdo. Dos de los nueve párrafos del Artículo 24 se refieren expresamente a las marcas, a saber, el Artículo 24.5 y el Artículo 24.7. El primer párrafo constituye una norma sustantiva que trata de la relación existente entre las marcas y las indicaciones geográficas, mientras que el segundo párrafo se refiere a ciertos aspectos de procedimiento para reivindicar los derechos de las indicaciones geográficas sobre las marcas y solicitar la invalidación de dichos derechos de marca. Además, en el Artículo 24.3 se prevé como norma general que, al aplicar la Sección 3 de la Parte II del Acuerdo sobre los ADPIC, ningún miembro de la OMC reducirá la protección de las indicaciones geográficas que existía en él inmediatamente antes de la fecha de entrada en vigor del Acuerdo de la OMC.

5. En el Artículo 24.5 se estipula que, cuando una marca de fábrica o de comercio haya sido solicitada o registrada de buena fe, o cuando los derechos a una marca de fábrica o de comercio se hayan adquirido mediante su uso de buena fe antes de la fecha de aplicación de las disposiciones sobre las indicaciones geográficas del Acuerdo sobre los ADPIC en un Miembro de la OMC o antes de que la indicación geográfica estuviera protegida en su país de origen, las medidas adoptadas para aplicar la mencionada sección del Acuerdo sobre los ADPIC no prejuzgarán la posibilidad de registro ni la validez del registro de una marca de fábrica o de comercio, ni el derecho a hacer uso de dicha marca, por el motivo de que ésta es idéntica o similar a una indicación geográfica.



6. Cualquier solicitud formulada en virtud de la Parte II, Sección 3 del Acuerdo sobre los ADPIC en relación con el uso o registro de una marca de fábrica o de comercio (probablemente una solicitud de prohibición del uso o de invalidación del registro de una marca que esté en conflicto con una indicación geográfica) deberá efectuarse dentro de los plazos previstos en el Artículo 24.7. El plazo será de cinco años contados a partir del momento en que el uso lesivo de la indicación protegida haya adquirido notoriedad general en ese Miembro, o cinco años a partir de la fecha de registro de la marca de fábrica o de comercio en ese Miembro, siempre que la marca haya sido publicada para entonces, si tal fecha es anterior a aquella en que el uso lesivo adquirió notoriedad general en dicho Miembro.

7. El Acuerdo sobre los ADPIC establece un marco para la solución de conflictos entre las indicaciones geográficas y las marcas, teniendo en cuenta la fecha de entrada en vigor del Acuerdo sobre los ADPIC en los Miembros de la OMC, el inicio de la protección de las indicaciones geográficas en sus países de origen y el momento de la adquisición de derechos de marca de buena fe respecto de signos idénticos o similares a las indicaciones geográficas, que se utilicen en productos respecto de los que la indicación geográfica respectiva cuente con protección. Junto con las otras excepciones del Artículo 24, Parte II, el Acuerdo sobre los ADPIC proporciona soluciones equilibradas a los conflictos entre las indicaciones geográficas y las marcas.

En la Unión Europea, para productos distintos a vinos y bebidas espirituosas, la existencia de indicaciones de origen geográfico que designen zonas de dos Estados miembros de la Unión requiere la celebración de consultas antes del registro y puede ser motivo de oposición. Las que se refieren a zonas de la Unión Europea y de un tercer país pueden registrarse teniendo en cuenta los usos locales y tradicionales y los riesgos efectivos de confusión. La utilización de

Las partes podrán negar el reconocimiento y protección de indicaciones geográficas si: a) La Indicación Geográfica es semejante en grado de confusión con una marca de buena fe que esté en trámite de registro y, b) La Indicación geográfica sea semejante en grado de confusión a una marca protegida conforme a la legislación aplicable en el territorio de la otra parte".

Por último, cabe mencionar que existen recomendaciones para este tipo de conflictos por parte de organizaciones intergubernamentales y organizaciones no gubernamentales;

iv) *La Oficina Internacional de la Viña y el Vino (OIV)*³

Toma en cuenta el Convenio de París y el Acuerdo sobre los ADPIC. Concede un nivel equitativo de protección a las indicaciones geográficas y a las marcas. Defiende el principio de que de haber buena fe, la protección de las marcas y las indicaciones geográficas estará determinada por la prioridad en el reconocimiento de la indicación geográfica en el país de origen, el registro de la marca o su utilización en los países en que así se requiera conforme a su ley. Atiende a la reputación y la distintividad de la marca y de la indicación geográfica.

v) *La Asociación Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (AIPPI)*⁴

Define a las indicaciones geográficas y establece que puede denegarse la protección de una marca si ésta es idéntica o similar a una indicación de procedencia o denominación de origen renombrada, aun cuando los productos o los servicios no sean

³ La OIV es una organización intergubernamental fundada en 1924, que cuenta actualmente con 42 miembros y de la cual México es parte.

⁴ La AIPPI es una organización no gubernamental de profesionales, académicos y titulares de propiedad intelectual.

similares, si el uso de dicha marca supone una ventaja indebida o va en detrimento de la reputación de la indicación o denominación. Se puede aplicar el concepto de que el primero en el tiempo tiene prioridad en el derecho, o se sugiere la coexistencia de la indicación geográfica y la marca, a menos que la marca que fuera preexistente haya adquirido una reputación o un renombre, porque entonces debería rechazarse el reconocimiento y protección de la indicación geográfica.

vi) *La Asociación Internacional de Marcas (INTA)*⁵

Respalda como criterio básico de solución de controversias el principio del primero en el tiempo, primero en el derecho.

Propone un sistema basado en:

- Notificación/registro a través de un cuerpo internacional de los Estados miembros de la OMC.
- Oportunidad para negar ex officio la protección de una indicación geográfica por la existencia de derechos marcarios previos (primero en tiempo primero en derecho) o indicación genérica.
- Oponerse a la extensión en la protección de Indicaciones Geográficas a través de oposiciones o cancelaciones.

IV. Conflictos entre indicaciones geográficas homónimas

El término homónimo se define como "Dicho de dos o más personas o cosas que llevan el mismo nombre"⁶, así como una de dos o más palabras de igual ortografía y pronunciación, pero diferente significado⁷; de ahí que las indicaciones geográficas homónimas

⁵ INTA es la asociación internacional de titulares de marcas y profesionales. No gubernamental.

⁶ Diccionario de la Real Academia Española www.rae.es

⁷ Merriam Webster's Collegiate Dictionary



Debido a la variedad de conceptos jurídicos que se aplican a la protección de las indicaciones geográficas, en el plano nacional y regional, no sorprende que los conflictos entre indicaciones geográficas homónimas se aborden de maneras distintas. Además, con frecuencia esta situación ni siquiera está regulada expresamente. Sin embargo, las soluciones aplicadas actualmente parecen tener como mínimo una característica común, a saber, que no se permite la utilización concurrente de indicaciones geográficas homónimas que pudiera inducir al público en error respecto de la naturaleza o de ciertas cualidades del producto para el que se utiliza la indicación geográfica. (En el documento de la OMC IP/C/13, pregunta 14, y las respuestas a esa pregunta que figuran en el documento de la OMC IP/C/117 y sus adiciones se encontrarán otras referencias sobre las indicaciones geográficas homónimas para los vinos en ciertos Miembros de la OMC).

Considerando el escenario mundial en cuanto a tratados y experiencia internacional, así como los criterios de los organismos intergubernamentales y no gubernamentales, proponemos para México la siguiente regulación para resolución de controversias.

V. Propuesta de Procedimientos para la Regulación de Solución de Controversias.

1. Procedimiento registral

En primer lugar se debe prever que el registro de marcas cuente con tres secciones:

Sección primera.- Registro de marcas nacionales.

Sección segunda.- Registro de IG nacionales.

Sección tercera.- Registro de reconocimiento de IG extranjeras, para lo cual se deberá exhibir la resolución gubernamental del país de que se trate.



2. Procedimiento de declaración de protección de IG nacionales.

La solicitud de declaración de protección a una IG nacional se hará por escrito, a la que se acompañarán los comprobantes que funden la petición y en la que se expresará lo siguiente:

- i. Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante. Si es persona moral deberá señalar, además, su naturaleza y las actividades a que se dedica;
- ii. Interés jurídico del solicitante;
- iii. Señalamiento de la IG;
- iv. Descripción detallada del producto o los productos terminados que abarcará la denominación, incluyendo sus características, componentes, forma de extracción y procesos de producción o elaboración. Cuando sea determinante para establecer la relación entre la denominación y el producto, se señalarán las Normas Oficiales Mexicanas (NOM) establecidas por la Secretaría de Economía a que deberán sujetarse el producto, su forma de extracción, sus procesos de elaboración o producción y sus modos de empaque, envase o embalaje.
- v. Lugar o lugares de extracción, producción o elaboración del producto que se pretende proteger con la IG y la delimitación del territorio de origen, atendiendo a los caracteres geográficos y a las divisiones políticas;
- vi. Señalamiento detallado de los vínculos entre denominación, producto y territorio, y



- vii. Los demás que considere necesarios o pertinentes el solicitante.

3. Procedimiento de reconocimiento de IG extranjeras

- i. Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante. Si es persona moral deberá señalar, además, su naturaleza y las actividades a que se dedica;
- ii. Interés jurídico del solicitante;
- iii. Señalamiento de la IG;
- iv. Descripción detallada del producto o los productos terminados que abarcará la denominación, incluyendo sus características, componentes, forma de extracción y procesos de producción o elaboración. Cuando sea determinante para establecer la relación entre la denominación y el producto, se señalarán las normas oficiales exigidas por el país de origen a que deberán sujetarse el producto, su forma de extracción, sus procesos de elaboración o producción y sus modos de empaque, envase o embalaje;
- v. Lugar o lugares de extracción, producción o elaboración del producto protegido por la IG en el país de origen, atendiendo a los caracteres geográficos y a las divisiones políticas;
- vi. Señalamiento detallado de los vínculos entre denominación, producto y territorio, y

- vii. Los demás que considere necesarios o pertinentes el solicitante.

Para los efectos de estos procedimientos, tanto para IG nacionales como extranjeras, se admitirá toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial. La pericial corresponderá al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) o a quien ésta designe. El IMPI podrá realizar en cualquier tiempo, antes de la declaración, las investigaciones que estime pertinentes y allegarse los elementos que considere necesarios.

Si la resolución del IMPI otorga la protección o el reconocimiento de una IG, hará la declaratoria y procederá a su publicación en el Diario Oficial de la Federación (DOF).

4. Procedimiento de oposición.

En este procedimiento, se propone la existencia de las siguientes etapas procesales, sólo con respecto al registro y al reconocimiento de las IG antes citadas:

- a. Ingreso de solicitud de registro de IG.
- b. Examen de forma de la solicitud de registro de IG.
- c. Publicación de un extracto de la solicitud de registro de IG en los siguientes medios:
 - Gaceta de la Propiedad Industrial.
 - Periódico de mayor circulación en toda la República, para lo cual se publicará tres veces con una diferencia de 10 (diez) días.
 - El caso de IG nacionales el periódico de mayor circulación nacional deberá serlo también en el lugar del que devenga la IG.

- d. El término para la presentación de la oposición será de dos meses, contados a partir del día siguiente a la última publicación en el diario de mayor circulación.
- e. La oposición será presentada por quien tenga interés jurídico, debiendo presentar en el mismo acto, las pruebas con las que sustente lo que a su derecho corresponde.
- f. Se dará vista al solicitante con la oposición, para que dentro del término de un mes, manifieste lo que a su derecho corresponde en contra de la oposición.
- g. El IMPI deberá de resolver la oposición dentro del término de tres meses, contados a partir del cierre de la etapa de alegatos⁸.
- h. La resolución definitiva del IMPI podrá impugnarse optativamente mediante el recurso de revisión o en el juicio de nulidad ante el Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa.

Con el acuerdo de las partes, la oposición se podrá resolver a través de un procedimiento arbitral.

5. Procedimiento de renovación.

Las declaratorias de protección y reconocimiento de IG deberán renovarse cada 10 años.

Para que el IMPI resuelva la renovación, el interesado deberá acreditar fehacientemente que subsisten las condiciones que dieron origen a la declaración de protección de la IG.

⁸ Esta propuesta se debe analizar a la luz del sistema de oposición del Protocolo de Madrid en sus tiempos y formas, ante la eventual aplicación en el régimen marcario mexicano.

VI. Conclusiones y recomendaciones

1. Conclusiones.

- A. Del análisis de los regímenes jurídicos sobre indicaciones geográficas en los países seleccionados, se desprende que en todos existe reconocimiento y protección de indicaciones geográficas aun cuando algunos de ellos lo aplican solo para vinos y/o bebidas espirituosas.
- B. En los tratados internacionales analizados se refleja la variedad de figuras jurídicas de protección y reconocimiento de las indicaciones geográficas, aún con figuras como signos distintivos no tradicionales.
- C. Todos los países seleccionados son parte del Acuerdo ADPIC y reproducen la definición establecida en dicho Acuerdo multilateral.
- D. De la matriz comparativa elaborada, se refleja la diversidad de figuras legales en vigor, siendo las más utilizadas: las indicaciones geográficas (per se), las marcas colectivas y las marcas de certificación. Las denominaciones de origen sólo se utilizan en la Unión Europea y en México.
- E. Por lo que se refiere a las denominaciones de origen en México y de conformidad con el diagnóstico presentado, se concluye lo siguiente:

La primordial necesidad de realizar una revisión del cumplimiento del marco regulatorio⁹ de las 14

⁹ Ley de la Propiedad Industrial, artículos 159 y 169. Ley Federal sobre Metrología y Normalización, artículos 3, 68 y 69.



denominaciones de origen vigentes, ya que, como se observa en el cuadro siguiente, Olinalá y Arroz Morelos no cuentan con las NOMs ni los CRs y, a excepción de Tequila y Mezcal, para las restantes 10, aun y cuando cuentan con NOMs publicadas, no están efectivamente en vigor.

Adicionalmente y de la misma manera, solamente en los casos de Tequila y Mezcal funcionan los Consejos Reguladores. La Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) canceló la certificación al CR de Talavera y por otra parte, el gobierno del Estado de Veracruz cerró varios meses el CR del Café Veracruz que, no obstante fue reabierto, no realiza las funciones de organismo evaluador de la conformidad. Al no haber normas oficiales en vigor, ni consejos reguladores funcionando, ni usuarios autorizados, se puede concluir que solamente Tequila y Mezcal cumplen con los requisitos para contar con la categoría de denominación de origen.

Denominación de Origen	de NOM publicada	CR constituido
Tequila	Sí	Sí
Olinalá	No	No
Mezcal	Sí	Sí
Talavera	No está en vigor	Cancelado
Bacanora	No está en vigor	En creación
Café Veracruz	No está en vigor	Cancelado
Ámbar de Chiapas	No está en vigor	En creación
Sotol	No está en vigor	En creación
Charanda	No está en vigor	En creación
Café Chiapas	No está en vigor	En creación
Mango Ataulfo del Soconusco	No está en vigor	No

Vainilla de Papantla	No está en vigor	En creación
Chile habanero	No está en vigor	En creación
Arroz Morelos	No	No

2. Recomendaciones.

A. Con objeto de proteger un número mayor de productos y servicios mexicanos y darles la posibilidad de generar un mayor valor agregado, se estima necesario incluir en la legislación mexicana figuras jurídicas existentes en otros países, tales como: indicación geográfica, indicación de procedencia, marcas de certificación, marcas colectivas, para lo que se propone la creación de un Sistema de indicaciones Geográficas para México, con fundamento en la definición de ADPIC, que proteja a los productos mexicanos a un nivel supranacional, que se apoye en una eficaz mercadotecnia y una campaña publicitaria moderna e innovadora de consumo nacional e internacional que proyecte valores culturales y tradicionales mexicanos, que consista en¹⁰:

- **Denominaciones de origen** con logos distintivos llamativos y obligatorios para ser usados en los productos, tal como los tiene la Unión Europea.

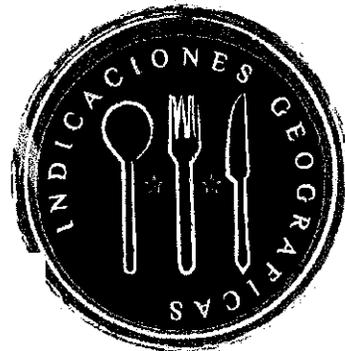
Ejemplos:



¹⁰ Ver Anexo 1.

- **Indicaciones geográficas** protegidas y reconocidas a través de sellos o signos distintivos no tradicionales tales como: **Marcas Geográficas No Tradicionales (MACGEO/NT)** o **Marcas Geográficas de Calidad (MACGEO)**, que pueden ser signos, combinación de signos, nombres geográficos, letras, números, elementos figurativos, colores, siempre que sean capaces de identificar un producto originado en un territorio, región o localidad, cuando la calidad, reputación u otra característica del producto sea atribuible a su origen geográfico. Estas figuras incluirían todos los productos que no puedan ser DOs, así como servicios turísticos y gastronomía mexicana, entre otros.

Ejemplos:



- **Marcas Colectivas y Marcas de certificación que puedan contener indicaciones geográficas.**
 - a) Modificaciones y adiciones para que las marcas colectivas puedan contener indicaciones geográficas y las marcas de certificación, cuyos titulares cuenten con la certificación del origen y calidad de los productos y servicios, expedida tanto por organismos privados autorizados como la EMA (Entidad Mexicana de Acreditación), como por instituciones de educación superior con capacidades científicas y/o técnicas, nacionales o extranjeras. En este último caso, siempre y cuando se respete el trato nacional correspondiente, y sean autorizadas por el Gobierno Federal.
 - b) Tal y como es la tendencia observada en muchos países, es recomendable que el sistema de protección de las indicaciones geográficas cuente con un sistema de oposición, como aquel que se señaló en el apartado respectivo.
 - c) Se recomienda, por cuestiones de transparencia y agilización de los procedimientos, que se establezca un registro nacional de indicaciones geográficas¹¹, tanto para las mexicanas como para las extranjeras que soliciten su protección en México, de acuerdo con su tipo o figura jurídica. Este registro debe ser público y susceptible de consulta en la página web del IMPI.
 - d) Merece atención la tendencia de países como Singapur y Japón, cuyos parlamentos nacionales aprobaron este año leyes específicas sobre indicaciones geográficas, que incorporan a sus respectivos sistemas la figura de indicación geográfica. En ambas leyes, una vez que entren en vigor, la protección bajo dichas figuras se otorgará a productos agroindustriales, y se proveerá un procedimiento de registro basado en aquel de los sistemas marcarios, que contará con

¹¹ Ver el Anexo 2, sobre el sistema de registro de las indicaciones geográficas en Brasil.

examen de la solicitud y oposición. Hay que recordar que, aunque Singapur ya reconocía en su sistema la figura de indicación geográfica, su actual ley no cuenta con un procedimiento de registro.

- e) Deberá establecerse la posibilidad de considerar renovaciones de la protección otorgada por dichas figuras a productos o servicios mexicanos, cada diez años, siendo indispensable verificar que subsistan las condiciones que motivaron la declaración de protección, tal como lo establece a la fecha la Ley de la Propiedad Industrial:

Artículo 165.- *La vigencia de la declaración de protección de una denominación de origen estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron y sólo dejará de surtir efectos por otra declaración del Instituto.*

Artículo 167.- *El Estado Mexicano será el titular de la denominación de origen. Esta sólo podrá usarse mediante autorización que expida el Instituto*

- f) Toda vez que el titular de las Dos mexicanas es el Estado mexicano, se propone que se inscriban en el Registro de Bienes Nacionales de la Secretaría de Gobernación, para el efecto de que, como patrimonio nacional, obtengan toda la protección implícita de la que son sujeto los bienes nacionales.
- g) Por la crítica situación de 12 de las 14 DOs mexicanas, cuyas NOMs no se encuentran en vigor, no existen CRs funcionando y, por lo mismo, no hay usuarios autorizados, se hace necesario recomendar una modificación a los Art. 159 y 169 de la Ley de la Propiedad Industrial, en el sentido de acreditar que, para otorgar IGs que requieran de una NOM y un Organismo Evaluador de la Conformidad, se cuenta con estos.

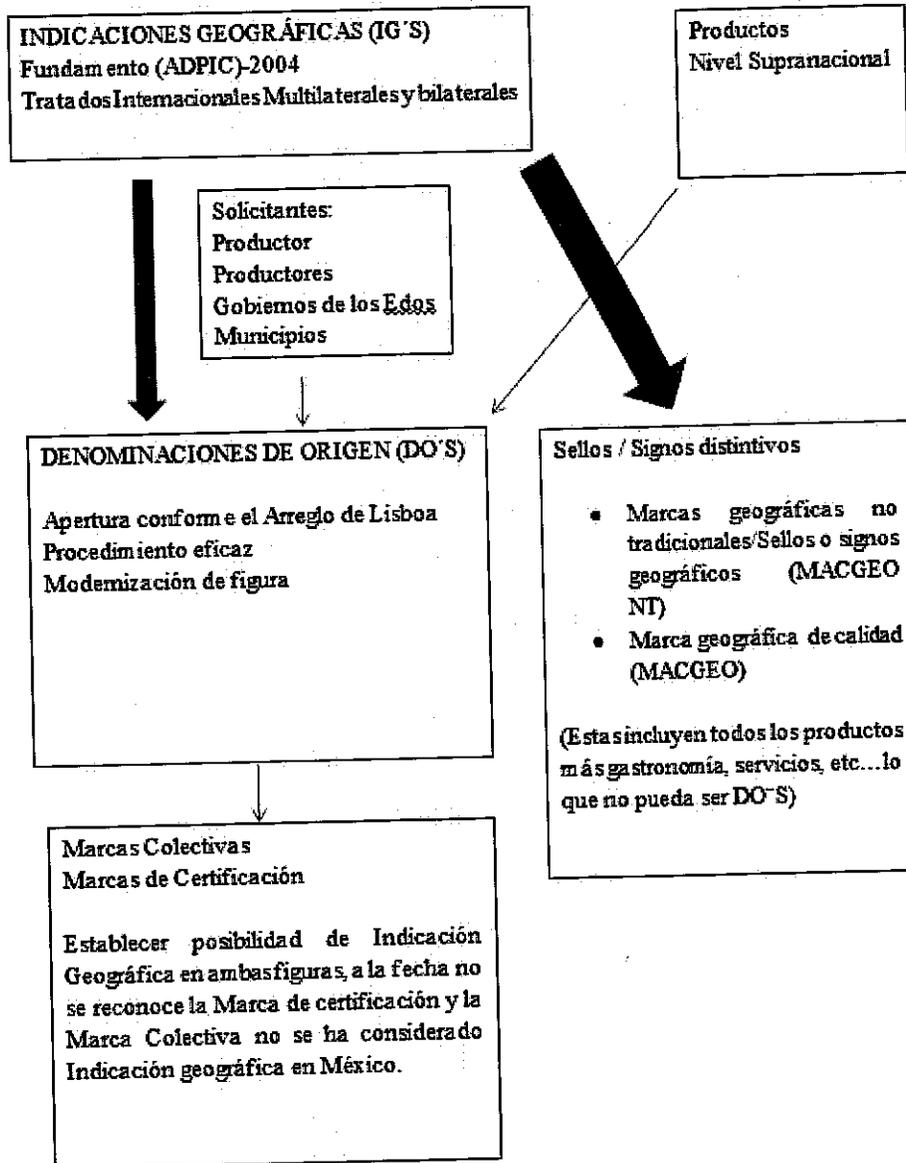


VII. ANEXOS



ANEXO 1

SISTEMA DE IG'S PARA MÉXICO



ANEXO 2

Protección y registro de indicaciones geográficas en Brasil.

Previo a las innovaciones introducidas en la Ley de Propiedad Industrial que actualmente rige en Brasil, el sistema en vigor era aquel consagrado en la Ley No. 5772/71. Esta ley no proveía protección ni reconocimiento positivos a las indicaciones geográficas.

Asimismo, en este marco legal no estaba permitido el registro de indicaciones geográficas como marcas, debido a que no cumplían con la función distintiva. La diferencia entre figuras como denominación de origen e indicación de procedencia tampoco era abordada. Más aun, bajo esta ley era posible el uso de indicaciones geográficas si se convertían en términos genéricos.

Una consecuencia del antiguo sistema brasileño consistía en la posibilidad de que los tribunales pudieran determinar si una indicación de procedencia para bienes vitivinícolas constituye un término genérico, violentando lo provisto en el Arreglo de Madrid para la Represión de las Falsas Indicaciones de Procedencia.

En ese sentido, a pesar de ser contratante del Arreglo de Madrid, el Supremo Tribunal Federal de Brasil tomó una decisión en 1974 que permitía a varios productores el uso de "champagne" y sus variantes "champanhe" y "champanha" como términos genéricos, en detrimento de los usuarios autorizados para usar esta denominación de origen.

El razonamiento del Tribunal detrás de esta errada decisión se debía a que la Ley en vigencia no hacía distinción entre indicaciones de procedencia y denominaciones de origen. Las denominaciones de origen eran extrañas al régimen brasileño, mientras el Arreglo de Madrid solo proveía protección para indicaciones de procedencia.



Para solicitar el registro de estos tipos de marcas es necesario presentar las reglas que rigen su uso, determinando las condiciones y prohibiciones para hacer uso de ellas. La solicitud de registro de una marca de certificación debe incluir las características del producto o servicio a certificar, así como las medidas de control que serán adoptadas.

A continuación se presentan los cuadros de las IGs otorgadas y en trámite. Se observa que la solicitud para la protección de la DO Tequila fue presentada por el Consejo Regulador del Tequila (CRT), lo que pudiera representar un serio obstáculo para su concesión, dado que el CRT no es el titular de esa DO, de acuerdo con la legislación mexicana.

INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS RECONHECIDAS

DADOS BIBLIOGRÁFICOS		REPRESENTAÇÃO
<p>Número: IG970002 Requerente Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes - www.vinhoverde.pt/default.asp Nº de páginas 58 páginas Nome Geográfico: Região dos Vinhos Verdes País/UF: PT Produto/Serviço: Vinhos Denominação de Origem Espécie: 10/08/1999 Data do registro Delimitação: Região demarcada dos vinhos verdes é a maior região vinícola de Portugal e uma das mais antigas, a qual engloba grande parte do chamado noroeste português, com uma superfície total de 823.034 hectares, dos quais 24.927 ocupados pelas vinhas, que se espalham por 45 conselhos dos Distritos de Aveiro, Braga, Porto, Viana do Castelo, Vila Real e Viseu. Ela praticamente cerca a cidade do Porto. Ao norte, vai até o Rio Minho, fronteira com a Espanha, e se estende ao Sul do Rio Douro. A oeste, chega ao Atlântico e a leste, quase encosta na Região do Douro.</p>	<p>Região dos Vinhos Verdes</p>	
<p>Número: IG980001 Requerente Bureau National Interprofessionnel du Cognac - http://www.cognac.fr/cognac_fr/2_cognac/index.aspx Nº de páginas 197 páginas Nome Geográfico: Cognac País/UF: FR Produto/Serviço: Destilado vínico ou aguardente de vinho Espécie: Denominação de Origem Data do registro 11/04/2000 Delimitação: DEPARTAMENTO DE CHARENTE-INFERIEURE Distrito de Rochefort: todas as municipalidades Distrito de Marennes: todas as municipalidades Distrito de Saintes: todas as municipalidades Distrito de Saint-Jean-d'Angély: todas as municipalidades Distrito de Jonzac: todas as municipalidades Distrito de la Rochelle: Cantão de Ars: todas as municipalidades Cantão de la Jarrie: todas as municipalidades Cantão de la Rochelle Este: todas as municipalidades Cantão de la Rochelle Oeste: todas as municipalidades Cantão de Saint-Martin: todas as municipalidades Cantão de Courçon: as municipalidades de Angliers, Benon, Courçon, Cramchaban, Ferrières, le Gué-Alléré, la Laigne.</p>	<p>Cognac</p>	

Nuaillé, Saint-Cyr-du-Doret, Saint-Jean-de-Liversay, Saint-Martin-de-Villeneuve, Saint-Sauveur-de-Nuaillé.
Cantão de Marrans: as municipalidades de Longèves, Saint-Ouen, Villedoux.

DEPARTAMENTO DE CHARENTE

Distrito Cognac: todas as municipalidades
Distrito de Barbezieux: todas as municipalidades
Distrito de Angoulême:
Cantão de Angoulême (1º cantão): todas as municipalidades
Cantão de Angoulême (2º cantão): todas as municipalidades
Cantão de Blanzac: todas as municipalidades
Cantão de Hierzac: todas as municipalidades
Cantão de Rouillac: todas as municipalidades
Cantão de Saint-Amant-de-Boixe: todas as municipalidades
Cantão de Villebois-la-Valette: Todas as municipalidades
Cantão de la Rochette: as municipalidades de Agris, Brie, Bunzac, Chazelles, Coulgens, Jauldes, Pranzac, Rancogne, Rivières, la Rochette, Saint-Projet-Saint-Constant.
Cantão de Montbron: as municipalidades de Chairras, Feuillade, Grassac, Mainzac, Monthon, Saint-Germain, Souffrignac.
Cantão de Ruffec:
Distrito de Aigre: todas as municipalidades.
Cantão de Ruffec: as municipalidades de Villegats e de Verteuil.
Cantão de Mansle: as municipalidades de Aunac, Bayers, Celettes, Chenon, Fontclaireau, Fontenille, Juillé, Lichères, Lonnes, Mansles, Mouton, Moutonneau, Puyréaux, Saint-Amand-de-Bonnieure, Saint-Angeau, Saint-Ciers, Saint-Colombe, Saint-Front, Saint-Groux, Valence, Villongnon.
Cantão de Villefagnan: as municipalidades de Brettes, Courcôme, Longré, Raix, Souvigné, Tuzie, Villefagnan.

DEPARTAMENTO DA DORDOGNE

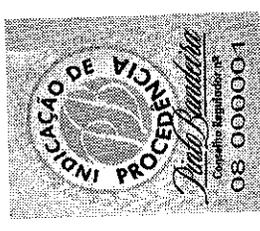
Distrito de Ribérac:
Cantão de Saint-Aulaye: as municipalidades de Chenaud, Parcol, Puymangou, la Roche-Chalais, Saint-Aulaye, Saint-Michel-de-Rivière.

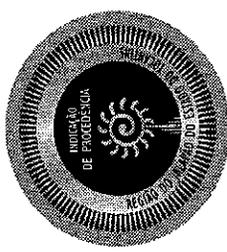
DEPARTAMENTO DE DEUX-SÈVRES

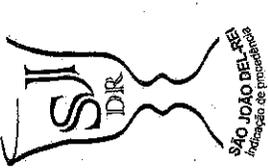
Distrito de Niort:
Cantão de Mauzé: as municipalidades de Bourdet, Prin-Deyrançon, Petit-Breuil-Doyrançon, Mauzé-sur-le-Mignon, Praires, la Rochénard, Usseau.
Cantão de Beauvoir-sur-Niort: as municipalidades de Beauvoir-sur-Niort, Belleville, la Charrière, le Cormenier, la Foye-Montjault, Granzay, Gript, Prissé, la Revétizon, Saint-Etienne-la-Cigogne, Saint-Martin-d'Augé, Thorigny.
Distrito de Melle:
Cantão de Brioux-sur-Boutonne: a municipalidade de Vert.

<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200002 A. P. de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos – APROVALE - http://www.valedosvinhedos.com.br 300 páginas Vale dos Vinhedos BR/RS Vinhos: tinto, branco e espumante. Indicação de Procedência 19/11/2002 A região do VALE DOS VINHEDOS possui uma área total de 81,23Km², distribuída na sua maior parte no Município de Bento Gonçalves, mas também nos Municípios de Garibaldi e Monte Belo do Sul. Considerando-se as coordenadas extremas, o VALE DOS VINHEDOS localiza-se nos paralelos 29°38' e 29°15' Oeste de Greenwich. Possui a forma aproximada de um triângulo isosceles, cujos vértices localizam-se a Nordeste da cidade de Bento Gonçalves, a Leste da cidade de Monte Belo do Sul e ao Norte da cidade de Garibaldi.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200101 Consorzio Per la Tutela Del Franciacorta - http://www.franciacorta.net/ 136 páginas Franciacorta IT Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas Denominação de Origem 21/10/2003 Da margem da lagoa segue o limite do município do Paratico até encontrar o limite do município de Capriolo que segue até encontrar o limite do município de Adro, daí o limite do município de Erbusco até a interseção com o limite do município de Cologne. Segue este até encontrar a estrada Bergamo-Brescia que segue até a interseção com o limite do município de Ospitaletto. Segue o limite deste município ao norte até inserir-se com o limite do município de Castegnato. Segue o limite do município de Castegnato até encontrar o limite do município Gussago, daí Cellatica e ainda Gussago, inserindo-se nos limites do município de Brione, daí no limite do município de Polaveno até a interseção do município de Iseo que segue até a lagoa. Segue a borda da lagoa até Paratico." "Na região estão incluídos os territórios dos seguintes municípios: Paratico, Capriolo, Adro, Erbusco, Corte Franca, Iseo, Polaveno, Brione, Ome, Monticello Brusati, Cellatica, Gussago, Rodengo Saiano, Castegnato, Paderno Franciacorta, Passirano, Provaglio d'Iseo, como também o território que se encontra ao norte da estrada Bergamo-Brescia dos seguintes municípios: Cologne, Cocuziglio, Rovato, Cazzago S. Martino.</p>	<p>Franciacorta</p>
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG990001 Cons. das Ass. dos Cafeicultores do Cerrado – CACCER - http://www.cafedocerrado.org/ 443 páginas Região do Cerrado Mineiro BR/MG Café Indicação de Procedência 14/04/2005 A área geográfica é delimitada pelos paralelos 16°37' a 20°13' de latitude e 45°20' a 49°48' de longitude, abrangendo as regiões de Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e parte do Alto São Francisco e do Noroeste. Caracteriza-se por áreas de altiplano, com altitude de 820 a 1.100m, com o clima ameno, sujeitas a geada de baixa intensidade e com possibilidade de produção de bebida fina, de corpo mais acentuado.</p>	<p>Região do Cerrado Mineiro</p>

Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:	IG200501 Ass. Prod. Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional – http://www.carnedopampagaucho.com.br/ 161 páginas Pampa Gaúcho da Campanha Meridional BR/RS Carne Bovina e seus derivados Indicação de Procedência 12/12/2006 A área geográfica compreende os municípios de Herval, Pinheiro Machado, Pedras Altas, Candiota, Hulha Negra, Bagé, Acaçuá, Dom Pedrito, Santana do Livramento, Lavras do Sul e São Gabriel. Situa-se na região sudoeste do Estado do Rio Grande do Sul, na fronteira com o Uruguai, entre os paralelos 30º e 32º30' Sul e os meridianos 56º30' e 54º30' Oeste de Greenwich, ocupando área aproximada de 30.000 Km².	
Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:	IG200602 Ass. dos Produtores e Amigos da Cachaça Artesanal de Paraty – http://www.apacap.com.br/ 248 páginas Paraty BR/RJ Aguardentes, tipo cachaça e aguardente composta azulada Indicação de Procedência 10/07/2007 A área está inteiramente compreendida no fuso 23, e possui o seguinte perímetro: partindo do ponto 1, de coordenadas aproximadas 541.250mE e 7.449.250mS (...) segue pela linha da costa (...) até atingir a ponta da Trindade que é o ponto 2 com coordenadas 528.250mE e 7.415.750mS que também é divisa do estado do Rio de Janeiro e o estado de São Paulo, deste ponto segue inicialmente rumo aproximado Norte pela Divisa entre os estados citados (...) até atingir o ponto 3 de coordenadas 519.205mE e 7.447.750mS, deste ponto o perímetro deflete à direita, abandonando a divisa interestadual e assumindo a Serra de São Roque, que é o divisor e águas dos rios São Gonçalo e do Funil, este último é afluente do rio Manbacada com toda a sua sinuosidade, sempre pelo divisor de águas principal, até atingir o ponto 1, onde iniciou a descrição deste perímetro, encerrando uma área de aproximadamente 700 Km².	
Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:	IG980003 Consorzio del Prosciutto di San Daniele - http://www.prosciuttosandaniele.it/home_prosciuttosandaniele.php? 605 páginas San Daniele IT Coxas de suínos frescas, presunto defumado cru. Denominação de Origem 07/04/2009 Friuli-Venezia-Giulia, Veneto, Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna, Úmbria, Toscana, Marche, Abruzzo e Lazio.	San Daniele
Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF:	IG200702 Associação das Industrias de Cortumes do Rio Grande do Sul - http://www.aicsul.com.br 465 páginas Vale do Sinos BR/RS	

<p>Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>Couro Acabado Indicação de Procedência 19/05/2009 Fica estabelecida como área da INDICAÇÃO GEOGRÁFICA delimitada para a produção do couro acabado da região conhecida como "Vale do Sinos" os limites políticos dos Municípios de Araricá, Campo Bom, Canoas, Dois Irmãos, Estância Velha, Esteio, Ivoti, Nova Hartz, Nova Santa Rita, Novo Hamburgo, Portão, São Leopoldo, Sapiranga, Sapucaia do Sul, Igrejinha, Lindolfo Collor, Morro Reuter, Parobé, Picada Café, Presidente Lucena, Riozinho, Rolante, Santa Maria do Herval, Taquara, Três Coroas, Alto Feliz, Barão, Bom Princípio, Brochier, Capela Santana, Feliz, Harmonia, Linha Nova, Maratá, Montenegro, Pareci Novo, Salvador do Sul, São José do Hortêncio, São José do Sul, São Pedro da Serra, São Sebastião do Cai, São Vendelino, Tupandi e Vale Real.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200701 Conselho da União das Ass. e Coop. dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco 1180 páginas Vale do Submédio São Francisco BR/RS Uvas de Mesa e Manga Indicação de Procedência 07/07/2009 O vale do Submédio São Francisco localiza-se na região sertaneja no oeste do Estado de Pernambuco e norte do Estado da Bahia, entre os paralelos 07° 0' 00" e 10° 30' 00" de latitude sul e entre os meridianos 37° 0' 00" e 41° 0' 00" de longitude oeste, com uma área de 125.755 km². Abrange municípios dos dois estados (...), incluindo as sub-bacias dos rios Pajeú, Tourão e Vargem, além da sub-bacia do rio Moxotó, último afluente na margem esquerda.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200803 Associação dos Produtores de Vinhos Finos de Pinto Bandeira - http://www.asprovinho.com.br/ 386 páginas Pinto Bandeira BR/RS Vinhos: tinto, brancos e espumantes Indicação de Procedência 13/07/2010 A área geográfica delimitada se situa na Região Nordeste do Estado do Rio Grande do Sul, entre a Serra Geral e o Planalto dos Campos Gerais. A área geográfica delimitada totaliza 7.960,66 HA, sendo que, destes, 7.418 HA estão no município de Bento Gonçalves e 543 HA estão no município de Farroupilha.</p>	

<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200907 Associação dos Carcinicultores da Costa Negra – http://accportal.com.br/index/ 1157 páginas Costa Negra BR/CE Camarões Denominação de Origem 16/08/2011 Área aproximada de 428,74 km², na região do Baixo Acaraú, englobando o território dos municípios de Acaraú, Cruz e Itarema, no Estado do Ceará.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200902 Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapão do Estado de Tocantins 758 páginas Região do Jalapão do Estado do Tocantins BR/TO Artesanato em Capim Dourado Indicação de Procedência 30/08/2011 A região do Jalapão do Estado do Tocantins abrange os municípios de Mateiros, São Felix do Tocantins, Ponte Alta do Tocantins, Novo acordo, Santa Tereza do Tocantins, Lagoa do Tocantins, Lizarda e Rio Sono.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200901 Associação dos Produtores de Doces de Pelotas - www.docesdepelotas.org.br 394 páginas Pelotas BR/RS Doces finos tradicionais e de confeitaria Indicação de Procedência 30/08/2011 Incluem os limites políticos dos municípios de Arroio do Padre, Capão do Leão, Morro Redondo, Pelotas, São Lourenço do Sul e Turunçu, no Rio Grande do Sul</p>	

<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201003 Associação das Paneleiras de Goiabeiras – APG 566 páginas Goiabeiras BR/ES Paneleiras de barro Indicação de Procedência 04/10/2011 A área delimitada para a Indicação Geográfica, identificada como Goiabeiras, situa-se na parte continental da cidade de Vitória e está assim delimitada: Na parte leste da avenida Fernando Ferrari, desde a área da Universidade Federal do Espírito Santo até a Avenida Adalberto Simão Nader. No flanco sul pelo manguezal e pelo canal secundário da baía norte de Vitória. Na parte norte pela rua do canal que separa os bairros de Maria Ortiz e Goiabeiras. Na parte oeste a área está delimitada por um morro e das ruas Agui G. Salles e Rua José Alves. No centro desta delimitação estão as ruas João G. Loreto, Leopoldo G. Salles, José Gomes Loreto, da Paneleiras, das Mangueiras, Desembargador Henrique C. de Souza, José Alves e Argeu G. Salles.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201001 Associação do Produtores Artesanais do Queijo do Serro 401 páginas Serro BR/MG Queijo Indicação de Procedência 13/12/2011 Compreende os municípios de Alvorada de Minas, Conceição do Mato Dentro, Dom Joaquim, Materlândia, Paulistas, Rio Vermelho, Sabinópolis, Santo Antonio de Itambé, Serra Azul de Minas e Serro.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201010 Associação dos Artesãos de Peças em Estanto de São João del-Rei 275 páginas São João del Rei BR/MG Peças artesanais em estanho Indicação de Procedência 07/02/2012 O município de São João Del Rei abrange os distritos de Arcangelo, Emboabas, Rio das Mortes, São Gonçalo do Amarante (Ex-Caburu) e São Sebastião da Vitória, tendo como limites municipais os municípios de Nazareno, Conceição da Barra de Minas, Ritópolis, Coronel Xavier Chaves, Tiradentes, Santa Cruz de Minas, Prados, Barbacena, Ibertioga, Piedade do Rio Grande, Madre de Deus de Minas e Carrancas, todos no Estado de Minas Gerais.</p>	

<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201012 Sindicato das Industrias de Calçados de Franca - http://www.sindifranca.org.br 599 páginas Franca BR/SP Calçados Indicação de Procedência 07/02/2012 A delimitação corresponde aos limites do município de Franca/SP. Franca é um município brasileiro no interior do estado de São Paulo, sede da microrregião de Franca (14ª região administrativa de São Paulo). Faz limite com as cidades paulistas de Batatais, Cristais Paulista e Patrocínio Paulista, e divisa com as cidades mineiras de Ibiraci e Claraval.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201009 Associação dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe - http://www.progoethe.com.br 714 páginas Vales da Uva Goethe BR/SC Vinho de Uva Goethe Indicação de Procedência 14/02/2012 Microrregião localizada entre as encostas da Serra Geral e o litoral sul catarinense nas bacias do rio Urussanga e rio Tubarão, compreendendo os municípios de Urussanga, Pedras Grandes, Cocal do Sul, Morro da Fumaça, Treze de Maio, Orleans, Nova Veneza e Içara.</p>	<p>INDICAÇÃO DE PROCEDÊNCIA DOS VALES DA UVA GOETHE</p>
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201002 Associação do Produtores do Queijo Canastra 429 páginas Canastra BR/MG Queijo Indicação de Procedência 13/03/2012 Compreende os municípios de Piumhi, Vargem Bonita, São Roque de Minas, Medeiros, Bambui, Tapirai e Delfinópolis, conforme documento de delimitação da área geográfica, Portaria nº 694 de 17 de novembro de 2004 do Instituto Mineiro de Agropecuária.</p>	<p>Canastra</p>

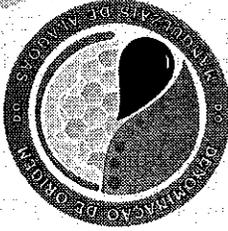


Número: IG201014
Requerente: Conselho da União das Associações e Cooperativas de Garimpeiros, Produtores, Lapidários e Joalheiros de Gemas de Opalas e de Joias Artesanais de Opalas de Pedro II – IGO Pedro II
Nº de páginas: 746 páginas
Nome Geográfico: Pedro II
País/UF: BR/PI
Produto/Serviço: Opalas preciosas de Pedro II e joias artesanais de opalas de Pedro II
Espécie: Indicação de Procedência
Data do registro: 03/04/2012
Delimitação: Pedro II pertence a Mesorregião Centro-Norte Piauiense, situando-se especificadamente na Microrregião Campo Maior cuja sede municipal está localizada entre os paralelos 04° 15' 24" e 04° 48' 52" de Latitude Sul e entre os meridianos 41° 07' 11" e 41° 44' 46" de Longitude Oeste.

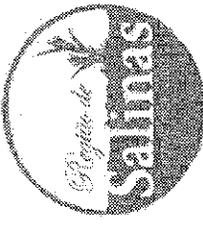
Número: IG201013
Requerente: Instituto dos Vinhos do Douro e Porto - <http://www.ivdp.pt/>
Nº de páginas: 200 páginas
Nome Geográfico: Porto
País/UF: PT
Produto/Serviço: Vinho generoso (vinho licoroso)
Espécie: Denominação de Origem
Data do registro: 17/04/2012
Delimitação: Situada no nordeste de Portugal, na bacia hidrográfica do Douro, rodeada de montanhas que lhe dão características mesológicas e climáticas particulares, a região estende-se por uma área total de 250 000 ha, estando dividida em três sub-regiões naturalmente distintas:
 Baixo Corgo – No distrito de Vila Real e Viseu de forma a contemplar várias freguesias dos referidos distritos e;
 Cima Corgo – No distrito de Bragança e Guarda de modo a contemplar diversas freguesias.
 Douro Superior – No distrito do Douro são condicionadoras do aproveitamento económico dos recursos naturais e das actividades aí desenvolvidas. A área de vinha assume maior importância no Baixo Corgo, onde ocupa cerca de 29,9% da área desta sub-região. O Cima Corgo estende-se para montante até ao Cachaão da Valeira, tendo menor importância a área cultivada de vinha. O Douro Superior prossegue até à fronteira com Espanha.

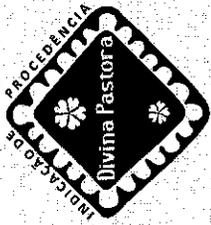
Porto

<p>Número: Requerente</p> <p>Nº de páginas</p> <p>Nome Geográfico:</p> <p>País/UF:</p> <p>Produto/Serviço:</p> <p>Espécie:</p> <p>Data do registro</p> <p>Delimitação:</p>	<p>IG201004 Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaisses no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro – SINDGNAISSES - http://sindgnaisses.com/ 612 páginas Região Pedra Carijó Rio de Janeiro BR/RJ Gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral inferior a 1 centímetro. nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas. Denominação de Origem 22/05/2012 A região foi delimitada com base em critérios geológicos e está localizada na região noroeste do estado do Rio de Janeiro, possuindo coordenadas extremas: Norte 20°45'44"S, Leste 41°44'25"W, Sul 21°42'48"S e Oeste 42°21'57"W</p>	 <p>REGIÃO PEDRA CARIJÓ RIO DE JANEIRO</p> <p>..... DENOMINAÇÃO DE ORIGEM</p>
<p>Número: Requerente</p> <p>Nº de páginas</p> <p>Nome Geográfico:</p> <p>País/UF:</p> <p>Produto/Serviço:</p> <p>Espécie:</p> <p>Data do registro</p> <p>Delimitação:</p>	<p>IG201005 Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaisses no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro – SINDGNAISSES - http://sindgnaisses.com/ 615 páginas Região Pedra Madeira Rio de Janeiro BR/RJ Gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral inferior a 1 centímetro. nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas. Denominação de Origem 22/05/2012 Mista A região foi delimitada com base em critérios geológicos e está localizada na região noroeste do estado do Rio de Janeiro possuindo coordenadas extremas: Norte 21°07'06"S, Leste 41°47'28"W, Sul 21°42'48"S e Oeste 42°18'02"W.</p>	 <p>REGIÃO PEDRA MADEIRA RIO DE JANEIRO</p> <p>..... DENOMINAÇÃO DE ORIGEM</p>
<p>Número: Requerente</p> <p>Nº de páginas</p> <p>Nome Geográfico:</p> <p>País/UF:</p> <p>Produto/Serviço:</p> <p>Espécie:</p> <p>Data do registro</p> <p>Delimitação:</p>	<p>IG201006 Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaisses no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro – SINDGNAISSES - http://sindgnaisses.com/ 624 páginas Região Pedra Cinza Rio de Janeiro BR/RJ Gnaisse fitado milonítico de coloração branca e pontos vermelhos de diâmetro geral inferior a 1 centímetro. nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas. Denominação de Origem 22/05/2012 Mista A região foi delimitada com base em critérios geológicos e está localizada na região noroeste do estado do Rio de Janeiro, possuindo coordenadas extremas: Norte 20°47'28"S, Leste 41°51'14"W, Sul 21°39'42"S e Oeste 42°21'58"W.</p>	 <p>REGIÃO pedracinza RIO DE JANEIRO</p> <p>..... DENOMINAÇÃO DE ORIGEM</p>

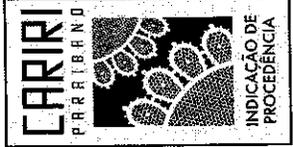
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201007 Centro Tecnológico do Mármore e Granito – CETEMAG - http://www.setemag.org.br 406 páginas Cachoeiro de Itapemirim BR/ES Mármore Indicação de Procedência 29/05/2012 A delimitação da área de indicação de procedência para extração, beneficiamento e comercialização do mármore, conhecida como "Cachoeiro de Itapemirim" corresponde aos limites políticos dos municípios de Cachoeiro de Itapemirim e Vargem Alta no Estado do Espírito Santo.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200903 Associação dos Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná - http://www.apacs.com.br/ 984 páginas Norte Pioneiro do Paraná BR/PR café verde em grão e industrializado torrado em grão e ou moído Indicação de Procedência 29/05/2012 A delimitação da área geográfica refere-se aos 45 (quarenta e cinco) municípios das regiões administrativas do Estado do Paraná, denominadas Norte Pioneiro do Paraná e Norte do Paraná, representadas pelas Associações de Prefeituras Municipais: a) AMUNORPI - Associação de Municípios do Norte Pioneiro do Paraná, composta por 26 municípios, que são eles – Abatã, André, Barra do Jacaré, Cambará, Carópolis, Conselheiro Mairinck, Curitiba, Figueira, Guapirama, Ibatí, Jaboti, Jacarezinho, Japira, Joaquim Távora, Jundiá do Sul, Pinhalão, Quatiguá, Ribeirão Claro, Ribeirão do Pinhal, Salto do Itararé, Santana do Itararé, Santo Antônio da Platina, São José da Boa Vista, Siqueira Campos, Tomazina, Wenceslau Braz. b) AMUNOP - Associação dos Municípios do Norte do Paraná, composta por 19 municípios: Assaí, Bandeirantes, Congonhinhas, Cornéio Procopio, Itambaracá, Leopólis, Nova América da Colina, Nova Fátima, Nova Santa Bárbara, Rancio Alegre, Santa Amélia, Santa Cecília do Pavão, Santa Mariana, Santo Antônio do Paraiso, São Jerônimo da Serra, São Sebastião da Amoreira, Sapopema, Sertaneja e Uraí. Coordenadas extremas: Norte: -22°47'43,7" S/50°57'39,9"W, Oeste: -23°21'16,6"S/51°00'19,1" W; Sul: - 24°07'29,56" S/50°20'00,03"W; e Leste: - 23°44'01,8"S/49°32'53,3"W.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201101 União dos Produtores de Própolis Vermelha do Estado de Alagoas 291 páginas Manguezaís de Alagoas BR/AL Própolis vermelha e extrato de própolis vermelha Denominação de Origem 17/07/2012 O polígono corresponde ao limite dos municípios pertencentes ao litoral de Alagoas, e inicia-se no ponto de coordenadas 08°00'45,43"S/35°08'44,60"W, (ponto 1), o qual corresponde ao limite do município de Maragogi na faixa de praia sobre o</p>	

<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>matas a jusante ao Rio Doce até o Vale do Rio Pequeno atingindo o ponto 8 de coordenadas aproximadas N7.853.762,49 e E383.238,69 segue-se rumo sudeste com 7.600 metros até o encontro do rio pequeno com o rio doce no ponto 9 de coordenadas aproximadas de N7.850.555,12 e E390.058,24 daí segue-se rumo nordeste com 22.250 metros entre a cidade de Linhares e o Rio Doce até próximo a região de barro novo e atingir o ponto 10 de coordenadas aproximadas E7.861.108,08 e E409.599,16 daí segue-se rumo sudeste com 25.300 metros passando pela região da Lagoa do Zacarias até o ponto 11 de coordenadas aproximadas N7.837.465,95 e E418.554,95 próximo ao oceano atlântico, a vila de povoação e Rio Monsaras, daí segue-se rumo sul margeando o Oceano Atlântico com 13.100 metros até o ponto 1 do início da descrição, encerrando uma área de aproximadamente 760.638 quilômetros quadrados.</p> <p>IG201106 Napa Valley Vitners Association - http://www.napavintners.com/ 73 páginas Napa Valley US Vinhos DO 11/09/2012 A Região vitivinícola de Napa Valley está localizada no Estado da Califórnia/USA, cerca de 60 milhas ao norte de São Francisco, limitada por montanhas em ambos os lados, se estendendo por 30 milhas em direção noroeste, sua extensão variando de 5 milhas em seu ponto amplo, perto da cidade de Napa, a apenas uma milha, de onde o vale se estreita perto da cidade de Calistoga. A região delimitada encontra seus limites entre as linhas do Condado de Napa - Condado de Lake. Putah Creek e as Costas Oestes e Sul do Lago Berryessa; Condado de Napa - Condado de Solano e, Condado de Napa - Condado de Sonoma.</p>	<p style="text-align: center;">Napa Valley</p>
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201008 Assoc. Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - http://www.valedosvinhedos.com.br 307 páginas Vale dos Vinhedos BR/RS Vinhos: tinto, branco e espumante. DO 25/09/2012 A área geográfica delimitada da região de Denominação de Origem Vale dos Vinhedos possui 72,45 km² e está localizada, aproximadamente, entre as latitudes 29°08' e 29°15' S e longitudes 51°30' e 51°39' WGr, sendo 61,07% no município de Bento Gonçalves, 33,49 % no município de Garibaldi e 5,44 % no município de Monte Belo do Sul. O limite da DOVV é a linha do divisor de águas do sistema de drenagem dendrítico de quarta (4ª) ordem com alta densidade ou textura fina, formado pelo Arroio Vale dos Vinhedos e pelo Arroio Leopoldina, de terceira ordem, que nascem nas áreas mais elevadas a sudeste da região, descrita a seguir: norte, na crista e patamar de vertente da Linha Eulália; seguindo para nordeste e leste, nas cristas e patamares de vertente da cidade de Bento Gonçalves; seguindo para leste, na crista e patamar de vertente da Linha Tamandaré; seguindo para sul, nas cristas e patamares de vertente da cidade de Garibaldi e da Linha Garibaldina; seguindo para sudoeste e oeste, nas cristas e patamares de vertente da Linha Graciema e da Linha Leopoldina; seguindo pelo oeste, no patamar da cidade de Monte Belo do Sul; seguindo para noroeste, na crista e patamar de vertente da Linha Fernandes Lima; seguindo pelo noroeste o limite é a linha que marca a ruptura da paisagem, caracterizada pelo patamar do derrame com declividade de 45% em altitude igual ou superior a 400m, até encontrar a crista e patamar de vertente da Linha Eulália. Nesse setor, em situações geográficas específicas, a linha delimitatória seguiu o traçado da declividade imediatamente inferior, quando a declividade de 45% ocorria de forma descontínua e a cobertura do solo era de mata nativa contínua, e manteve na região delimitada a área agricultada contínua, seguindo a altitude imediatamente inferior a 400m e declividade inferior a 45%.</p>	<p style="text-align: center;">Vale dos Vinhedos</p>

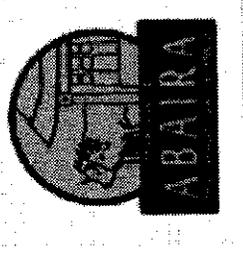
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200904 Cooperativa de produção têxtil de afins do algodão 462 páginas Paraíba BR/PB Têxteis em algodão colorido Indicação de Procedência 16/10/2012 Mista O Estado da Paraíba localiza-se entre as seguintes coordenadas extremas: norte lat. 06°01'32" / long. 37°15'01", sul lat. 08°18'09"/long. 36°59'27", leste lat. 07°09'21"/long. 34°47'35" e oeste lat. 06°59'34"/long. 38°45'53", limitando-se ao norte com o Estado do Rio Grande do Norte, ao sul com o estado de Pernambuco, ao leste com o oceano atlântico e a oeste com o Estado do Ceará. todos os limites naturais e coincidentes com limites estaduais, a não ser o limite leste onde o estado divisa com o Oceano Atlântico.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200908 Associação dos Produtores de Cachaça de Salinas - http://www.apacs.com.br/ 975 páginas Região de Salinas BR/MG Aguardente de cana tipo cachaça Indicação de Procedência 16/10/2012 Mista A área geográfica delimitada para produção possui uma área total de 2541,99 km², abrangendo a totalidade dos municípios de Salinas e Novorizonte e parte dos municípios de Taiobeiras, Rubelita, Santa Cruz de Salinas e Fruta de Leite, todos situados ao norte do Estado de Minas Gerais, considerando as coordenadas extremas, a região localiza-se entre os paralelos 16°18'01,2" e 15°50'59,4" ao sul da linha do equador e entre os meridianos de 42°37'00,2" e 41°45'13,6" oeste de Greenwich.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201102 Comité Interprofessionnel Du Vin de Champagne - http://www.champagne.fr/ 231 páginas Champagne FR Vinhos espumantes Denominação de Origem 11/12/2012 Nominativa A zona de produção de uvas que entram na composição do "CHAMPAGNE", bem como na sua elaboração, está limitada àquela região denominada "CHAMPAGNE". a produção da uva e a fabricação dos vinhos devem ser efetuadas na área geográfica que reagrupa propriedades delimitadas de 319 comunas dos departamentos de Marne, de Aisne, de Aube, de Haute-Marne e de Seine-et-Marne. a superfície total da área de produção é de 34.200 hectares. a área da denominação de origem CHAMPAGNE inclui as comunas supra mencionadas, bem como as comunas vizinhas àquelas em que os vinhos de CHAMPAGNE possam ser elaborados. Ela se estende sobre aproximadamente 150 quilômetros do norte ao sul, a 100</p>	<p>Champagne</p>

<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201107 Associação para o Desenvolvimento da Renda Irandesa de Divina Pastora 307 páginas Divina Pastora BR/SE Renda de agulha em lacê Indicação de Procedência 26/12/2012 Mista A área delimitada para a Indicação de Procedência "Divina Pastora" fica estabelecida nos limites político-administrativos do município de Divina Pastora no estado de Sergipe, localizado no território de planejamento do leste sergipano. Criado através da Lei nº 554 de 06 de fevereiro de 1954, o Município limita-se ao norte com o município de Siriri, ao sul com o município de Riachuelo, a oeste com os municípios de Maruim e Rosário do Catete, dista 39 km da capital Aracaju, cujo acesso à sede dá-se através das rodovias, SE-160, SE-240 e SE-245, sendo esta última a principal rodovia de acesso, ligando Riachuelo à Divina Pastora. Segundo o IBGE, a área do Município é de 92 km², e o seu perímetro é de 66 km, estando totalmente inserida na folha topográfica SC 24-Z-B-IV (Aracaju), editada pelo MINTER/SUDENE, em 1974, e cuja sede está localizada na interseção das coordenadas geográficas 10°40'40" de latitude sul e 37°09'06" de longitude oeste.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>201104 Associação São-Tiaguense dos produtores de biscoito – assabiscoito@portalvertentes.com.br 294 páginas São Tiago BR/MG Biscoitos Indicação de Procedência 05/02/2013 Mista A delimitação da indicação de procedência São Tiago, compreende os limites geográficos do município de São Tiago no estado de Minas Gerais, determinado pelas leis estaduais: nº 336 de 27/12/1948, que define os limites entre os municípios de São Tiago e os municípios de Bom Sucesso, Oliveira, Resende Costa; Lei estadual 2764 de 30/12/1962 que define os limites entre o município de São Tiago e os municípios de Ritanópolis, Conceição da Barra de Minas (antiga Cassiterita) e pela Lei 1039 de 12/12/1953 que define o limite entre o município de São Tiago e Nazareno. área total de 572,33 km².</p>	

<p>Número: Requerente</p> <p>Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>200102 Conf. Gen. des Prod. Lait de Brebis et des Ind. de Roquefort - http://www.roquefort.fr/informations-utiles/interprofession/ 148 páginas Roquefort FR Queijo DO 28/05/2013 Nominativa A produção do leite de ovelha e a fabricação dos queijos devem ser efetuadas na área geográfica que se estende: à totalidade das comunas dos seguintes departamentos: Alpes-maritimes, Aveyron, Aude, Bouches-du-Rhône, Haute-Corse, Course-du-sud, Gard, Gers, Gironde, Hérault, Lot-et-Garonne e Var, assim como às Comunas do Cantão e dos distritos abaixo enumerados que pertencem aos seguintes departamentos: Alpes-de-Haute-Provence: distritos de Barcelonnette e de Castellane; Dordogne; distritos de Bergerac e Sarlat-la-Canéda; Haute-Garonne: distrito de Toulouse; Landes: cantão de Villeneuve-se-Marsan, no distrito de Mont-de-Mar; Lot: distrito de Cahors.</p>	<p style="text-align: center;">Roquefort</p>
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG200703 Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana - http://www.amsc.com.br/ 2865 páginas Alta Mogiana BR/SP Café Indicação de Procedência 17/09/2013 Mista A região delimitada de Alta Mogiana engloba os municípios de: Altinópolis; Batatais; Buriú; Cajuru; Cristais Paulista; Franca; Itirapina; Jariquara; Nuporanga; Patrocínio Paulista; Pedregulho; Restinga; Ribeirão Corrente; Santo Antônio da Alegria e São José da Bela Vista.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201108 Comitê Executivo de fruticultura do RN 858 páginas Mossoró BR/RN Melão Indicação de Procedência 17/09/2013 Mista A área geográfica que delimita a Indicação de "Procedência Mossoró" está localizada no oeste do Estado do Rio Grande do Norte entre os paralelos 4º 40' 55,2" e 5º 52' 37,2" de Latitude Sul e entre os meridianos 36º 25' 22,8" e 37º 47' 42" de Longitude Oeste, compreendendo uma área de 8.340 km² segundo o IBGE. A área encontra-se a 250 km da zona metropolitana de Fortaleza e a 270 km de Natal. A área de produção delimitada abrange os municípios de Afonso Bezerra, Alto</p>	

	<p>do Rodrigues, Areia Branca, Açú, Baraúna, Camatubais, Grossos, Ipanguaçu, Mossoró, Porto do Mangue, Serra do Mel, Tibau e Upanema, todos do Estado do Rio Grande do Norte, tendo os seguintes limites geográficos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limite Norte: Oceano Atlântico; • Limite Sul: Extremo Sul de Açú, Upanema e Mossoró; • Limite Leste: Extremo sul de Alto do Rodrigues, Afonso Bezerra e Ipanguaçu; • Limite Oeste: Extremo oeste de Baraúna, Mossoró e Tibau, que faz divisa com o Estado do Ceará. 	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>BR402012000005-5 Conselho Ass. Coop. Emp. Ent. Renda Renascença-Conarenda 240 páginas Cariri Paraibano BR/PB Renda renascença Indicação de Procedência 24/09/2013 Mista A delimitação da área da Indicação de Procedência para a produção da Renda Renascença da região conhecida como "CARIRI PARAIBANO" corresponde aos limites políticos dos municípios de Monteiro, Camalaú, São João do Tigre, São Sebastião do Umbuzeiro, Zabelê, Prata, Sumé e Congo.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>BR402012000006-3 Associação dos Vitivinicultores de Monte Belo do Sul 279 páginas Monte Belo BR/RS Vinhos Indicação de Procedência 01/10/2013 Mista A região delimitada de "Monte Belo" é uma área contínua localizada nos municípios de Monte Belo, Bento Gonçalves e Santa Tereza, totalizando 56,09 km², tendo como pontos cardeais extremos as seguintes coordenadas: 29°04'36"S e 51°40'19"WGr ao Norte (Ponto 3); 29°11'41"S e 51°38'24"WGr ao Sul (Ponto 9); 29°09'00"S e 51°36'23"WGr a Leste (Ponto 2); 29°08'49"S e 51°44'22"WGr a Oeste (Ponto 6).</p>	

<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>IG201011 Federação dos Cafeicultores do Cerrado – http://cerradomineiro.org/index.php 1185 páginas Região do Cerrado Mineiro BR/MG Café verde em grão e café industrializado torrado em grão ou moído Denominação de Origem 31/12/2013 A região delimitada "Região do Cerrado Mineiro" é a área definida pela portaria 165/95, de 27 de abril de 1995 do Instituto Mineiro de Agropecuária, compreendendo as áreas geográficas delimitadas pelos paralelos 16°37' a 20°13' de latitude e 45°20' a 48°48' de longitude abrangendo as regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba e parte do Alto São Francisco e do Noroeste. A área de atuação do Conselho das Associações de Cafeicultores do Cerrado Mineiro (CACCEM), hoje Federação dos Cafeicultores do Cerrado, está localizada na região demarcada denominada "Região do Cerrado Mineiro", através da portaria nº 561 de 17/12/2002 do IMA – Instituto Mineiro de Agropecuária, vinculado a Secretaria de Agricultura de Minas Gerais.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>BR402012000004-7 União das Associações e Cooperativas e Produtores de Cajuína do Estado do Piauí – PROCAJUÍNA 372 páginas Piauí BR/PI Cajuína Indicação de Procedência 26/08/2014 A região delimitada de "PIAJUÍ", é a área definida pelo Estado do Piauí que limita-se com o Oceano Atlântico e, seguindo no sentido horário, com os seguintes Estados: Ceará, Pernambuco, Bahia, Tocantins e Maranhão.</p>	

<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>BR2012000003-9 ORNAPESCA - Cooperativa P.P.A.P.O.M.A. Rio Negro 938 páginas Rio Negro BR/AM Peixes Ornamentais Indicação de Procedência 09/09/2014 A região delimitada "Rio Negro", para efeito de indicação de procedência para peixes ornamentais, está inserida no Estado do Amazonas, sendo composta pelos municípios de Barcelos e Santa Isabel do Rio Negro, conforme a declaração emitida pelo Centro Nacional de Pesquisa e Conservação da Biodiversidade Amazônica (CEPAM), órgão do Ministério do Meio Ambiente.</p>	
<p>Número: Requerente Nº de páginas Nome Geográfico: País/UF: Produto/Serviço: Espécie: Data do registro Delimitação:</p>	<p>BR402012000001-2 Associação dos Prod. de Aguardente de Qualidade da Microrregião Abaíra - http://www.cachaacaabaíra.com/ 385 páginas Microrregião de Abaíra BR/BA Aguardente de Cana do Tipo Cachaça Indicação de Procedência 14/10/2014 A área da indicação geográfica, na modalidade de Indicação de Procedência Microrregião de Abaíra. Para o produto aguardente de cana, está localizada na região da Chapada Diamantina, estado da Bahia, abrangendo parte dos municípios da Abaíra, Jussiapé, Mucugê e Pietá, totalizando uma área de 272.914,6971ha conforme documento oficial nº 01/2013-DPDAG-BA expedido pelo MAPA/SFA/BA-DPAG.</p>	

Total – 49
Nacionais – 41 – 33 IP e 08 DO
Estrangeiras – 08 DO

PLANILHA DE ACOMPANHAMENTO DOS PEDIDOS/REGISTROS DE INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS

Nº	Indicação Geográfica	Especie	Depósito	Requerente	País	UF	Produto/serviço	Situação	Publicação na RPI
IG970001	Parma	DO	22/08/1997	Consorzio del Prosciutto di Parma	IT	-	Presunto	Exigência (305)	2216, de 25/06/2013
IG970002	Região dos Vinhos Verdes	DO	19/09/1997	Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes	PT	-	Vinhos	Registro concedido (395)	1492, de 10/08/1999
IG980001	Cognac	DO	12/03/1998	Bureau National Interprofessionnel du Cognac	FR	-	Destilado vinico ou aguardiente de vinho	Registro concedido (395)	1527, de 11/04/2000
IG980002	Cerrado	DO	20/05/1998	Conselho das Associações dos Cafeicultores do Cerrado	BR	MG	Café	Arquivado (325)	1479, de 11/05/1999
IG980003	San Daniele	DO	20/10/1998	Consorzio del Prosciutto di San Daniele	IT	-	Coxas de suínos frescas, presunto defumado cru	Registro concedido (395)	1996, de 07/04/2009
IG990001	Região do Cerrado Mineiro	IP	28/01/1999	Com. das Ass. dos Cafeicultores do Cerrado - CACCER	BR	MG	Café	Registro concedido (385)	1797, de 14/04/2005
IG200001	Padana (DO Grana Padano)	DO	10/02/2000	Consorzio Per La Tutela Del Formaggio Grana Padano	IT	-	Queijo	Pedido publicado (335)	1640, de 11/06/2002
IG200002	Vale dos Vinhedos	IP	06/07/2000	A. P. de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - APROVALE	BR	RS	Vinho tinto, branco e espumantes	Registro concedido (395)	1663, de 19/12/2002
IG200101	Franciacorta	DO	05/06/2001	Consorzio Per la Tutela Del Franciacorta	IT	-	Vinhos, vinhos espumantes e bebidas alcoólicas	Registro concedido (395)	1711, de 21/10/2003
IG200102	Roquefort	DO	21/09/2001	Conf. Gen des Prod. Lat de Brebis et des Ind. de Roquefort	FR	-	Queijos	Registro concedido (395)	2712, de 28/05/2013
IG200201	Solingen	IP	25/04/2002	Ind.-Und Handelskamm er Wuppertal-Solingen-Remscheid	DE	-	Facas, tesouras, pinças (...) em aço não ligado	Arquivado (325) Pedido em revisão	1912, de 28/08/2007
IG200202	Asti	DO	19/08/2002	Consorzio Per la Tutela Dell'Asti	IT	-	Vinhos	Indeferido (375)	1946, de 22/04/2008
IG200203	Terras Altas	IP	12/09/2002	Coop. Reg. dos Cafeicult. de São Sebastião do Paraíso Ltda	BR	MG	Café	Indeferido (375)	1885, de 21/02/2007
IG200204	Alto Paraíso	IP	12/09/2002	Coop. Reg. dos Cafeicult. de São Sebastião do Paraíso Ltda	BR	MG	Café	Indeferido (375)	1885, de 21/02/2007
IG200401	Água Mineral Natural Terra Alta	IP	05/01/2004	Águas Cristalinas Ind. e Com. de Prod. Alimentícios Ltda	BR	PA	Serviços auxiliares de águas minerais e gasosas	Arquivado (325)	1853, de 11/07/2006
IG200402	Água Mineral Natural Terra Alta	IP	05/01/2004	Águas Cristalinas Ind. e Com. de Prod. Alimentícios Ltda	BR	PA	Águas minerais e gasosas engarrafamento	Arquivado (325)	1853, de 11/07/2006
IG200403	Região do Seridó do Estado da Paraíba	DO	01/07/2004	Companhia de Desenvolvimento da Paraíba	BR	PB	Algodão colorido	Arquivado (325)	1877, de 28/12/2006
IG200404	Santa Rita do Sapucaí - O Vale da Eletrônica	IP	20/12/2004	Sindicato das Industrias de Aparelhos Eletro-eletrônicos de S. do Vale da Eletrônica	BR	MG	Equipamentos eletrônicos e de telecomunicação	Arquivado (325)	1853, de 11/07/2006

Planilha 1

IG200405	Região do Município de Serra Negra do Estado de São Paulo	IP	28/12/2004	Prefeitura Municipal da Estância Hidromineral Serra Negra	BR	SP	Água Mineral, malhas, artesanato, hotéis, turismo	Arquivado (325)	1877, de 26/12/2006
IG200501	Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	IP	08/08/2005	Ass. Prod. Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	BR	RS	Carne Bovina e seus derivados	Registro concedido (395)	1875, de 12/12/2006
IG200601	Chianti Classico	DO	23/03/2006	Consorzio Vino Chianti Classico	IT	-	Vinhos	Arquivado (325) Pedido em revisão	1912, de 28/08/2007
IG200602	Paraty	IP	27/11/2006	Ass. dos Produtores e Amigos da Cachaca Artesanal de Paraty	BR	RJ	Aguardente, tipo cachaca e aguardente com posita azulada	Registro concedido (395)	1905, de 10/07/2007
IG200701	Vale do Submédio São Francisco	IP	31/08/2007	Conselho da União das Ass. e Coop. dos Produtores de Uvas de Mesa e Mangas do Vale do Submédio São Francisco	BR	-	Uvas de Mesa e Manga	Registro concedido (395)	2009, de 07/07/2009
IG200702	Vale do Sinos	IP	14/09/2007	Associação das Indústrias de Córteses do Rio Grande do Sul	BR	RS	Couro Acabado	Registro concedido (395)	2002, de 19/05/2009
IG200703	Alta Mogiana	IP	26/09/2007	Associação dos Produtores de Cafés Especiais da Alta Mogiana	BR	SP	Café	Registro concedido (395)	2228, de 17/09/2013
IG200704	Região da Serra da Mantiqueira de Minas Gerais	IP	03/10/2007	Associação dos Produtores de Café da Mantiqueira	BR	MG	Café	Registro concedido (395)	2108, de 31/05/2011
IG200801	Litoral Norte Gaúcho	DO	01/08/2008	Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho	BR	RS	Arroz	Registro concedido (395)	2068, de 24/08/2010
IG200802	Tequila	DO	02/08/2008	Consejo Regulador de Tequila A.C.	MX	-	Destilado de agave tequilana weber de variedade azul	Petição não conhecida (410)	2126, de 04/10/2011
IG200803	Pinto Bandeira	IP	07/10/2008	Associação dos Produtores de Vinhos Finos de Pinto Bandeira	BR	RS	Vinhos tinto, brancos e espumantes	Registro concedido (395)	2062, de 13/07/2010
IG200804	Conegliano	DO	18/11/2008	Consorzio Tutela Vino Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene	IT	-	Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene	Exigência (305)	2040, de 09/02/2010
IG200901	Pelotas	IP	12/03/2009	Associação dos Produtores de Dozes de Pelotas	BR	RS	Dozes tradicionais e confiteira de frutas	Registro concedido (395)	2121, de 30/08/2011
IG200902	Região do Jalapaó do Estado do Tocantins	IP	18/05/2009	Associação dos Artesãos em Capim Dourado da Região do Jalapaó do Estado de Tocantins	BR	TO	Artesanato em Capim Dourado	Registro concedido (395)	2121, de 30/08/2011
IG200903	Norte Pioneiro do Paraná	IP	18/05/2009	Associação dos Cafés Especiais do Norte Pioneiro do Paraná	BR	PR	Café verde em grão e industrializado em grão ou moído	Registro concedido (395)	2177, de 25/09/2012
IG200904	Parabá	IP	27/07/2009	Cooperativa de produção textil de afins do algodão	BR	PB	Texteis de algodão naturalmente corado	Registro concedido (395)	2180, de 16/10/2012
IG200905	Douro	DO	20/10/2009	Instituto dos Vinhos do Douro e Porto	PT	-	Vinho	Pedido publicado (335)	2075, de 13/10/2010
IG200906	Porto	DO	20/10/2009	Instituto dos Vinhos do Douro e Porto	PT	-	Vinho generoso (vinho licoroso)	Arquivado (325)	2079, de 09/11/2010
IG200907	Região da Costa Negra	DO	20/10/2009	Associação dos Carcinicultores da Costa Negra	BR	CE	Camarão	Registro concedido (395)	2119, de 16/08/2011

Planilha 1

IG200908	Região de Salinas	IP	22/12/2009	Associação dos Produtores de Cachatça de Salinas	BR	MG	Aguardente de cana tipo Cachatça	Registro concedido (395)	2180 de 16/10/2012
IG200909	Linhares	IP	22/12/2009	Associação dos Cacautultores de Linhares	BR	ES	Cacau em amêndoas	Registro concedido (395)	2169, de 31/07/2012
IG200910	Barbaresco	DO	24/12/2009	Consortio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Roero	IT	-	Vinho	Exigência (305)	2072 de 21/09/2010
IG200911	Barolo	DO	24/12/2009	Consortio di Tutela Barolo Barbaresco Alba Langhe e Roero	IT	-	Vinho	Exigência (305)	2072, de 21/09/2010
IG201001	Serro	IP	16/04/2010	Associação dos Produtores Artesanais do Queijo do Serro	BR	MG	Queijo minas artesanal do serro	Registro concedido (395)	2136 de 13/12/2011
IG201002	Canastra	IP	16/04/2010	Associação dos Produtores do Queijo Canastra	BR	MG	Queijo canastra	Registro concedido (395)	2149, de 13/03/2012
IG201003	Goiabeiras	IP	19/05/2010	Associação das Panelleiras de Goiabeiras APC	BR	ES	Panelas de barro	Registro concedido (395)	2126 de 04/10/2011
IG201004	Região Pedra Carijó Rio de Janeiro	DO	23/06/2010	Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaisses no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro - SINDGNAISSES	BR	RJ	Gnaisse fitado milonítico de coloração branca com pontos de vermelhos de diâmetro geral inferior a 1 cm. Nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. Nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas	Registro concedido (395)	2159, de 22/05/2012
IG201005	Região Pedra Moura Rio de Janeiro	DO	23/06/2010	Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gnaisses no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro - SINDGNAISSES	BR	RJ	Gnaisse fitado milonítico de coloração clara com quatro variedades de cor: branca, rosa, verde e amarela. Nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. Nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas	Registro concedido (395)	2159, de 22/05/2012

Planilha 1

IG201006	Região Pedra Cinza Rio de Janeiro	DO	23/06/2010	Sindicato de Extração e Aparelhamento de Gamaisses no Noroeste do Estado do Rio de Janeiro - SINDGAMAISSES	BR	RJ	Gnaíasse fitado milonítico de coloração cinza possuindo 3 variedades: "Olho de pombo", "Pirita Rosa" e "Granito Fino". Nas pedreiras é feito o deslocamento da rocha em lajes brutas de 50x50x8cm. Nas serrarias estas lajes são beneficiadas produzindo as lajinhas comercializadas	Registro concedido (395)	2159, de 22/05/2012
IG201007	Cachoeiro de Itapemirim	IP	14/07/2010	Centro Tecnológico do Marmore e Granito - CETEMAG	BR	ES	Marmore	Registro concedido (395)	2160, de 29/05/2012
IG201008	Vale dos Vinhedos	DO	16/08/2010	Ass. Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - APROVALE	BR	RS	Vinhos e espumantes	Registro concedido (395)	2077, de 25/09/2011
IG201009	Vales da Uva Goethe	IP	18/08/2010	Ass. dos Produtores da Uva e do Vinho Goethe - PROGOETHE	BR	SC	Vinho de uva Goethe	Registro concedido (395)	2145, de 14/02/2012
IG201010	São João del-Rei	IP	15/09/2010	Associação dos Artesãos de Peças em Estanho de São João del-Rei	BR	MG	Peças artesanais em Estanho	Registro concedido (395)	2144, de 07/02/2012
IG201011	Região do Cerrado Mineiro	DO	11/11/2010	Federação dos Cafeicultores do Cerrado	BR	MG	Café verde em grão e industrializado em grão ou moído	Registro concedido (395)	2243, de 31/12/2013
IG201012	Franca	IP	25/11/2010	Sindicato das Indústrias de Calçados de Franca	BR	SP	Calçados	Registro concedido (395)	2144, de 07/02/2012
IG201013	Porto	DO	27/11/2010	Instituto dos Vinhos do Douro e Porto	PT		Vinho generoso (vinho (corado))	Registro concedido (395)	2154, de 17/04/2012
IG201014	Pedro II	IP	17/12/2010	IGO PEDRO II	BR	PI	Opala preciosa de Pedro II e Joias artesanais de opalas de Pedro II	Registro concedido (395)	2152, de 03/04/2012
IG201101	Manguezaís de Alagoas	DO	29/03/2011	União dos Produtores de Propólis Vermelha do Estado de Alagoas	BR	AL	Propólis Vermelha e extrato de propólis vermelha	Registro concedido (395)	2167, de 17/07/2012
IG201102	Champagne	DO	04/08/2011	Comité Interprofessionnel Du Vin de Champagne	FR		Vinhos Espumantes	Registro concedido (395)	2188, de 11/12/2012
IG201103	Porto Digital	IP	03/08/2011	Porto Digital	BR	PE	Serviços de tecnologia da informação	Registro concedido (395)	2188, de 11/12/2012
IG201104	São Tiago	IP	23/08/2011	Associação São-Tiaguense dos produtores de biscoito	BR	MG	Biscoito	Registro concedido (395)	2169, de 05/02/2013
IG201105	Parmigiano Reggiano	DO	19/04/2011	Consorzio Del Formaggio Parmigiano-Reggiano	IT		Queijos	Exigência (305)	2138, de 27/12/2011

Planilha 1

IG201106	Napa Valley	DO	01/09/2011	Napa Valley Vinters Association	US	Vinho	Registro concedido (395)	2175, de 11/09/2012
IG201107	Divina Pastora	IP	22/09/2011	Associação para o Desenv. da Renda Irlandesa de Divina Pastora	BR	Renda de Agulha em jacá	Registro concedido (395)	2190, de 26/12/2012
IG201108	Mossoró	IP	28/11/2011	Comitê Executivo de fruticultura do RN	BR	Melão	Registro concedido (395)	2228, de 17/09/2013
BR402012000001-2 (nova numeração)	Microregião de Abaíra	IP	09/01/2012	Ass. dos Prod. de Aguardente de Qualidade da Micro Região de Abaíra	BR	Aguardente de cana tipo caçaca	Registro concedido (395)	2284, de 14/10/2014
BR402012000002-0	Altos Montes	IP	13/03/2012	Associação de Produtores dos Vinhos dos Altos Montes	BR	Vinhos	Registro concedido (395)	2188, de 11/12/2012
BR402012000003-9	Rio Negro	IP	24/04/2012	Cooperativa das pescadoras e pescadores de Peixes Ornamentais do Médio e Alto Rio Negro - ORNAPESSCA	BR	Peixes ornamentais	Registro concedido (395)	2279, de 09/09/2014
BR402012000004-7	Piauí	IP	13/04/2012	União das Ass. Coop. e Produtores de cajulina do Est. do Piauí - PROCAJULINA	BR	Cajulina	Registro concedido (395)	2277, de 26/08/2014
BR402012000005-5	Cariri Paraibano	IP	13/04/2012	Conselho Ass. Coop. Emp. Etn. Renda Renascerça-Canarensis	BR	Renda Renascerça	Registro concedido (395)	2229, de 24/09/2013
BR402012000006-3	Monte Belo	IP	23/08/2012	Associação dos vitivinicultores de Monte Belo do Sul	BR	Vinhos	Registro concedido (395)	2230, de 01/10/2013
BR412012000007-8	Scotch Whisky	DO	30/08/2012	The Scotch Whisky Association	GB	Uisque	Depositado	
BR412012000009-4	Rioja	DO	31/08/2012	Cons. Regulador de la D.O. Calificada Rioja	ES	Vinho	Exigência (305)	2224, de 20/08/2013
BR402012000010-1	Mogiânia de Pinhal	IP	27/12/2012	Conselho do Café de Mogiânia do Pinhal	BR	Café Verde e Café Torrado e Moído	Arquivado (325)	2248, de 04/02/2014
BR412012000011-5	Vale Minério de Ferro S11D	DO	28/12/2012	Vale S. A	BR	Minério de Ferro	Depositado	
BR412013000001-1	Prosciutto	DO	17/01/2013	Consorzio Di Tutela Della Denominazione Di Origine	IT	Vinho	Depositado	
BR412013000002-0	Ortigueira	DO	08/05/2013	Assoc. dos Prod. Ortigueirenses de Mel - APROMEL	BR	Mel de abelha	Exigência (305)	2259, de 22/04/2014
BR402013000003-1	Seridó	IP	04/06/2013	Comitê Regional das Ass. e Coop. Artesanais da Região do Seridó - CRACAS	BR	Bordados do Seridó	Arquivado (325)	2248, de 04/02/2014
BR402013000004-0	Pantanal	IP	22/09/2013	Conselho das Cooperativas, Associações, Entrepósitos e Empresas de Afins a Apicultura do Pantanal do Brasil - CONFENAL	BR	Mel do Pantanal	Publicado para manifestação de terceiros (335)	2282, de 30/09/2014
BR412013000005-4	Vale do Propólis Verde de Minas Gerais	DO	30/09/2013	FEMAP - Federação Mineira de Apicultura	BR	Propolis Verde	Exigência (305)	2284, de 14/10/2014

Planilha 1

BR402013000006-6	Mara Rosa	IP	15/10/2013	Cooperativa dos Produtores de Açúcar de Mara Rosa	BR	GO	Rizomas desidratados e/ou subprodutos de açúcar	Exigência (305)	2275, de 12/08/2014
BR402014000001-8	Mogiama do Pinhal	IP	25/02/2014	Conselho do Café de Mogiama do Pinhal	BR	SP	Café Verde e Café Torrado e Moído	Depositado	
BR402014000002-6	Venda Nova do Imigrante	IP	03/07/2014	Associação dos Produtores de Socol de Venda Nova do Imigrante	BR	ES	Socol	Depositado	
BR402014000003-4	Extremo Norte Capixaba	IP	03/07/2014	Associação dos Produtores de Carne de Sol do Extremo Norte Capixaba	BR	ES	Carne de sol	Depositado	
BR402014000004-2	São Bento de Urânia	IP	03/07/2014	Associação dos Produtores de Inhamme de S. Bento do Espírito Santo	BR	ES	Inhamme	Depositado	
BR402014000005-0	Oeste da Bahia	IP	17/07/2014	Associação dos Cateicultores do Oeste da Bahia - ABRACAFE	BR	BA	Café	Depositado	
BR402014000006-9	Farroupilha	IP	25/07/2014	Associação Farroupilhense de Produtores de Vinhos, Espumantes e Derivados Afins	BR	RS	Vinho Fino Branco Moscatel, Vinho Moscatel Espumante, Vinho Frisante Moscatel, Vinho Licoroso Moscatel, Mistela Simples Moscatel, Brandy de Vinho Moscatel	Depositado	
BR402014000007-7	Maracaju	IP	03/07/2014	Associação dos Produtores da Tradicional Linguiza de Maracaju	BR	MS	Linguiza	Depositado	
BR412014000008-1	Aveiro	DO	12/09/2014	APOMA - Associação de Produtores de Ovos Moles de Aveiro	PT		Doce tradicional português chamado Ovos Moles de Aveiro	Depositado	
BR402014000009-3	Sabara	IP	23/09/2014	Associação dos Produtores de Derivados de Jabuticaba de Sabara	BR	MG	Licor de Jabuticaba, Geleia de Jabuticaba, Molho de Jabuticaba, Casca de Jabuticaba Cristalizada	Depositado	