

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Derecho

Maestría en Derecho de la Empresa

Las diversas formas de protección del origen geográfico bajo el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación

María José Escarcellé Soledispa

Tutor: Xavier Gómez Velasco

Quito, 2018



Cláusula de cesión de derecho de publicación de tesis

Yo, María José Escarcellé Soledispa, autora de la tesis intitulada “Las diversas formas de protección del origen geográfico bajo el código orgánico de la economía social de los conocimientos, creatividad e innovación”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título magíster en derecho de la empresa en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo, por lo tanto, la Universidad utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en formato virtual, electrónico, digital u óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

Fecha:

Firma:

Resumen

El origen, dentro del régimen de propiedad intelectual, es una característica de productos que son especiales por su lugar de producción. Por ello, debido factores externos como el clima, la posición geográfica, el tipo de terreno; y a factores humanos, como los conocimientos tradicionales de las personas que los producen, y su mano de obra, hacen de estos productos únicos e irrepetibles en otra parte del mundo.

Ecuador forma parte de la Comunidad Andina, y actualmente posee cinco declaraciones de protección de denominaciones de origen, y a pesar de que dichas figuras de protección del origen llevan años incorporadas en nuestra legislación, recientemente se ha logrado impulsarlas. Empero, la cantidad de declaraciones no son proporcionales a la cantidad de riqueza natural y cultural que nuestro país posee.

La última codificación de la Ley de Propiedad Intelectual ha respetado el contenido de la Decisión 486, pero también ha incorporado nuevas figuras traídas desde la legislación comunitaria europea. No obstante, la codificación tiene algunos vacíos legales que deben ser considerados para incorporarlos en la norma, o para su reglamentación.

Dada la falta de impulso de las figuras de protección del origen en la práctica, un deficiente desarrollo normativo, y una nula estructura gubernamental dedicada a este capítulo de la propiedad intelectual, es necesario no solo llenar los vacíos legales, sino también tener claro el rol de los principales actores de las figuras de protección del origen, para procurar su impulso en todos los ámbitos de la sociedad.

Los productos resguardados bajo figuras de protección del origen son relevantes pues contribuyen a la economía y al prestigio y renombre de un país, ya que el valor agregado del producto lo hace especial por sí mismo. La protección del origen geográfico ha cambiado en el tiempo en Ecuador, y a pesar de la riqueza del país, no se ha dado el apoyo suficiente a los productores para que este tipo de productos tengan el protagonismo que deberían tener.

Agradezco el apoyo que me ha brindado mi familia y amigos, en especial a mi mamá Violeta y a mi novio César, quienes han sido un importante soporte emocional en mi vida.

De igual manera, agradezco a la Universidad Andina Simón Bolívar, a mi director de tesis Xavier Gómez Velasco, a Blanca Isabel Egas, Lonny Espinoza Simancas, al Servicio Nacional de Derechos Intelectuales y a María José Bucheli, puesto que su contribución ha sido clave para el desarrollo de este trabajo académico.

Tabla de Contenido

Capítulo primero.....	15
1. Aspectos introductorios de la protección del origen geográfico	15
1.1. Noción del origen geográfico	15
1.1.1. Historia del origen geográfico	16
1.1.2. Concepto de origen geográfico	18
1.1.3. Naturaleza del origen geográfico	19
1.2. Funciones del origen geográfico	23
1.2.1. El origen geográfico tiene fines informativos.....	23
1.2.2. Da un valor agregado	24
1.2.3. Evita la generalización del origen.....	24
1.2.4. Defensa contra el fraude y prácticas desleales.....	25
1.2.5. Diferenciación.....	27
1.2.6. Desarrollo de la economía de un país	27
1.3. Clasificación del origen geográfico.....	29
1.3.1. La indicación geográfica.....	29
1.3.2. La denominación de origen.....	32
1.3.3. La indicación de procedencia	33
1.4. El origen geográfico en los instrumentos internacionales y en el derecho comunitario andino.....	34
1.4.1. Convenio de París	35
1.4.2. Arreglo de Lisboa	35
1.4.3. El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.....	36
1.4.4. Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina	38
Capítulo segundo	41
2. El origen geográfico en Ecuador: problemas y soluciones.....	41
2.1. Antecedentes del origen geográfico en Ecuador	41
2.1.1. Primera aparición en la legislación ecuatoriana del origen geográfico	42
2.1.2. Sombrero de Montecristi: El primer caso de protección de origen geográfico en Ecuador	42
2.1.3. El Cacao Arriba: la pepa de oro de la que nacen los chocolates más finos del mundo	45
2.1.4. Una sorpresa desde la región insular: El Café de Galápagos.....	47
2.1.5. Un maní diferente: El Maní de Trans-Kutukú	48
2.1.6. El segundo orgullo de Morona Santiago y el quinto de Ecuador: La Pitahaya de Palora	49

2.2.	El origen geográfico bajo el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (COESC).....	50
2.2.1.	La denominación de origen en el COESC	50
2.2.2.	La especialidad tradicional garantizada en el COESC	59
2.2.3.	La indicación de procedencia en el COESC.....	65
2.3.	La problemática que la legislación ecuatoriana enfrenta con relación a la protección del origen.....	66
2.3.1.	La titularidad de la protección de origen geográfico	67
2.3.2.	Falta de clasificación teórica en la legislación.....	68
2.3.3.	Exclusión de protección de los servicios	69
2.3.4.	Falta de aplicación de la ley en la práctica	70
Capítulo tercero	75
3.	Hacia un nuevo régimen de protección de origen geográfico	75
3.1.	Una nueva clasificación del origen geográfico en el COESC.....	76
3.1.1.	Recopilación de los tipos de origen en el COESC: una nueva clasificación	76
3.1.2.	Análisis del procedimiento de la solicitud de una denominación de origen	79
3.1.3.	Reformas al Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación	83
3.2.	La nueva titularidad del origen geográfico	88
3.2.1.	Solicitante	88
3.2.2.	Consejos reguladores	89
3.2.3.	Asociaciones Privadas	92
3.2.4.	El Estado	93
3.3.	Los roles de la sociedad y el Estado en la administración del origen geográfico.....	97
3.3.1.	Papel del SENADI en la administración del origen geográfico	98
3.3.2.	Papel de los administradores del origen geográfico	101
3.3.3.	Papel de la sociedad frente al origen geográfico	103
Conclusiones.....		105
Recomendaciones		109
Bibliografía.....		113
Anexo 1		121

Introducción

Históricamente, el origen geográfico ha sido un factor muy importante para la identificación de la procedencia de distintos productos que, por sus características, tienen un valor agregado que los hace únicos. Europa es la cuna de la denominación de origen geográfico: licores, quesos, frutas, jamones, dulces, y una gran variedad de productos típicos se encuentran protegidos bajo este régimen. Fue el vino de Oporto, en Portugal, el primer producto con denominación de origen regulada desde 1756.

Pese a la gran riqueza natural y cultural de Ecuador, el país sólo posee cinco denominaciones de origen, entre los más reconocidos a nivel mundial están: Sombrero de Paja Toquilla Montecristi, mal denominado como “Panama Hats”, Cacao Arriba fino de aroma y el Café de Galápagos. El titular de estas denominaciones de origen no son los productores, sino el Estado ecuatoriano y esto hace que la denominación de origen geográfico sea vista como una plataforma de publicidad estatal, y no como lo que es: una forma de incentivo para los productores, con el fin de producir un producto refinado y de valor agregado que beneficie a los productores, la economía local y las exportaciones.

Las formas de protección del origen geográfico afectan directa e indirectamente a la base de la economía local, es decir, al pequeño productor, al agricultor, al artesano, etc. El Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, regula la denominación de origen, la indicación de procedencia y la especialización tradicional garantizada, pero no establece políticas que protejan ni beneficien a los grupos directamente involucrados.

De acuerdo a la problemática, cabe preguntarse: ¿Cuáles son los cambios que el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación ha introducido en la protección del origen geográfico?

Este trabajo persigue los siguientes objetivos: analizar el sistema de protección del origen geográfico a través del tiempo; comparar el régimen de protección de origen geográfico en Ecuador con regímenes extranjeros; y, proponer una nueva estructura que brinde mayores beneficios a los creadores de productos protegidos bajo el régimen de origen geográfico.

La investigación permitirá conocer el alcance de protección del origen geográfico en Ecuador, y a su vez analizar con mayor profundidad sus carencias. A partir de este

análisis de alcance y carencias del sistema, se podrán elaborar nuevas propuestas que, sin duda, serán el génesis para que se siga investigando académicamente el origen geográfico en Ecuador, y se consideren nuevas alternativas que beneficien directamente tanto a los productores como a los consumidores. Se espera que estas propuestas sean recogidas de manera formal por el sistema, y que sean incorporadas en el ordenamiento jurídico.

El sistema de protección del origen geográfico se encuadra principalmente en el régimen de la propiedad intelectual. Dentro de nuestra legislación, dicho régimen está recogido dentro del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, y en la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, que contiene el denominado Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

Para analizar el origen geográfico, es necesario establecer cuál es el ámbito de protección del mismo, cuáles son los vacíos legales al respecto, y, un cambio en el régimen de protección, cómo puede el origen geográfico beneficiar a los productores de manera directa.

Las denominaciones de origen son un tipo de indicación geográfica, que están constituidas por la denominación de un país, una región o de un lugar determinado, o por una denominación que, sin ser la de un país, una región o un lugar determinado, se refiere a un área geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario y cuya cualidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.¹

Nuestra legislación no establece con claridad quién o quiénes son los titulares de una declaración de protección de origen geográfico. Sin embargo, en la práctica esta titularidad se la otorga directamente al Estado. Otras legislaciones, como la peruana, establecen con claridad quiénes son los beneficiarios de estos derechos.² No obstante, para garantizar el buen cumplimiento del objetivo de la denominación de origen geográfico, se establece la creación de consejos reguladores, que organizan a los productores y les dan las pautas para que su producto pueda estar protegido por una denominación de origen geográfico.³

¹ Bolivia Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, “Guía de las Denominaciones de Origen geográfico”, *Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, Bolivia*, accedido: 13 de marzo del 2017, [http://www.senapi.gob.bo/manuales/guiaDenominacionesOrigen geográfico.pdf](http://www.senapi.gob.bo/manuales/guiaDenominacionesOrigen%20geografico.pdf).

² El Decreto Legislativo N° 1075 de Perú establece que el titular de las denominaciones de origen geográfico es el Estado, quien otorga las autorizaciones de uso a los productores, a través de la oficina competente.

³ Patricio Gamboa Vilella, “Las Denominaciones de Origen geográfico en el Perú”, *World Intellectual Property Organization*, acceso: 27 de marzo del 2017,

Es importante diferenciar a las denominaciones de origen de otras formas de protección del origen geográfico, ya que, dependiendo de esto, la forma de protección tiene diferentes objetivos. En el caso de la denominación de origen geográfico, el objetivo es el beneficio de los productores (protegiéndolos frente al fraude, manteniendo su presencia en el mercado sin bajar el precio y/o manteniendo o aumentando la actividad en el territorio del que toma el nombre).⁴ Si el objetivo es proteger al productor, ¿por qué no prever el titular del derecho en la ley, y la forma de garantizar el goce de esta protección, como la implementación de consejos reguladores?

Las fuentes que serán consultadas permitirán responder la pregunta de ¿quién es el beneficiario del sistema de protección del origen geográfico en Ecuador?, pues, hasta la fecha, en la literatura legal de propiedad intelectual en Ecuador no existe un cuestionamiento sobre la titularidad de estos derechos, y en la práctica se otorga el beneficio directamente al Estado, y el productor únicamente tiene un derecho de usar estos productos, siempre que cumpla ciertos requisitos establecidos en la Ley.⁵

Por lo tanto, es necesario estudiar los antecedentes del origen geográfico en el mundo, los distintos tipos de origen geográfico que prevén los diferentes sistemas alrededor del mundo, y cómo se ha planteado el origen geográfico en el vigente Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. Tomando como base la doctrina latinoamericana y europea, se mencionarán los beneficios a los productores de bienes protegidos bajo el régimen del origen geográfico, donde, en última instancia, son los consumidores⁶, pues en otras legislaciones la ley

http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/es/wipo_geo_lim_11/wipo_geo_lim_11_7.pdf.

⁴ Emilio Barco Royo, “Denominaciones de Origen: La incidencia de la localización y deslocalización”, *Mercasa – Revista Consumo y Distribución*. (2007-XII): 27-39, http://www.mercasa.es/files/multimedios/1288205986_DYC_2007_96_27_39.pdf

⁵ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, Registro Oficial 899, Suplemento, 9 de diciembre del 2016, “art. 435 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. - De la autorización. - Las personas que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración de los productos designados por una denominación de origen geográfico protegida y realicen dicha actividad dentro de la zona geográfica determinada en la declaración de protección respectiva, podrán solicitar a la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales, autorización para usar dicha denominación de origen geográfico. La autorización de uso también podrá ser concedida por las entidades públicas o privadas que representen a los beneficiarios de las denominaciones de origen geográfico, de conformidad a lo dispuesto en el reglamento que se expida para el efecto. Cuando la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales lo estime apropiado para el examen de la solicitud, podrá requerir información o documentos a las personas, asociaciones o autoridades, según corresponda”.

⁶ La denominación de origen no protege sólo los intereses de los productores, ya que, en buena parte, esta defensa se apoya en la garantía que del producto se les da a los consumidores. Esto nos permite pensar que las denominaciones de origen geográfico son marcas comunes, colectivas o genéricas que, además de vincular el producto y sus características con el territorio, con el objetivo de defender los

establece con claridad quiénes son los beneficiarios finales de la protección de una determinada denominación de origen geográfico.⁷ De igual manera, se analizará el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación y la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, así como los tratados internacionales relacionados con la materia, como el Arreglo de Lisboa, el Acta de Estocolmo y el Acta de Ginebra, de los cuales Ecuador no es parte, pero que son importantes referentes en la materia.

Finalmente, para obtener una respuesta a la pregunta de ¿quién es el beneficiario del sistema de protección del origen geográfico en Ecuador?, es importante tener claro la definición y alcance en Ecuador de los conceptos denominación de origen, indicación geográfica, especialidad tradicional garantizada, origen geográfico y derechos de propiedad intelectual. Además, se necesita reconocer quiénes son los beneficiarios del mismo sistema en otros países, así como el alcance de la protección del origen geográfico en dichas zonas geográficas, y cómo esas formas de protección, así como la titularidad de estos derechos, benefician tanto al sistema en sí como a la sociedad.

intereses de los productores, cumplen, además, exigencias de trazabilidad y normas de calidad de producto y de proceso, lo que les permite garantizar a los consumidores la calidad, pudiendo por ello concluir que la denominación de origen procura alcanzar tanto el beneficio de los productores como el de los consumidores.

⁷ En Bolivia, la declaración de protección de las denominaciones de origen la pueden pedir las personas interesadas (quien tenga legítimo interés), pueden ser personas naturales o jurídicas del lugar geográfico que se dediquen a la producción, extracción, elaboración o transformación del producto y las autoridades políticas, tales como los Gobernadores o alcaldes municipales.

Capítulo primero

1. Aspectos introductorios de la protección del origen geográfico

Las personas siempre indagan sobre el origen de las cosas: el origen del universo, el origen del planeta tierra, el origen del ser humano, y el origen de todas las cosas que él mismo ha creado. El ser humano se fascina con estas historias y, desde siempre, con los recursos que ha tenido a su alcance, ha intentado explicar la existencia de las cosas.

El origen no solo se remonta a una persona o a una tradición. El origen también es muy importante para los productos que el ser humano produce. Y esto es porque el origen le puede dar ciertas características a un producto, que lo diferencian de otros similares. Es por ello que el origen, y en particular la denominación de origen de los productos, sobre todo los alimenticios, es una de las aclamadas características de los gustos más exquisitos.

1.1. Noción del origen geográfico

¿Qué diferencia existe en un trozo de chocolate con leche corriente, y un trozo de chocolate elaborado 100% con cacao arriba⁸ ecuatoriano? Muchos dirán que su sabor es distinto, otros dirán que el aroma, y tal vez su textura es diferente. Sin embargo, detrás de ese trozo de chocolate elaborado con cacao arriba, existe todo un procedimiento, y una selección de la materia prima, que hace que el resultado final sea especial.

Por estas razones, el concepto de origen geográfico está ligado a términos de exclusividad, selección, buen gusto y arduo trabajo. Un producto protegido bajo un determinado origen geográfico es especial, por un motivo principal: su origen. El origen del producto le da características particulares porque la materia prima y el proceso de elaboración, sumado a los elementos externos que influyen en el proceso (como clima, suelo, altitud, humedad, etc.), le brinda al producto el punto distintivo y el valor agregado que hace que el producto protegido por su origen geográfico sea diferente a otro de similares características. Cualquiera diría que se puede replicar el proceso y fabricar un

⁸ El cultivo y consumo de cacao arriba por parte de los pobladores que vivieron en el sur del oriente ecuatoriano data desde hace 5.000 años. Desde el siglo XVII se registra la producción del cacao con fines comerciales y desde entonces su exportación ha estado sujeta a los vaivenes del mercado y de cambiantes políticas económicas. La producción de cacao en Ecuador se mantiene hasta hoy, y ha dejado como legado prácticas y saberes vinculados con su cultivo y usos que se han transmitido de generación en generación y han adquirido un carácter patrimonial.

producto de similares características, pero este nunca será igual, pues lo que en realidad le hace especial a un producto protegido bajo el régimen del origen geográfico es precisamente eso: su origen.

En nuestro ejemplo del Cacao Arriba ecuatoriano, es simple: las condiciones climáticas y el terreno en donde crece la pepa del Cacao Arriba, más los conocimientos tradicionales de los campesinos cacaoteros del sector, hacen que esa pepa del cacao y, en consecuencia, el chocolate que elaboran, adquiera cualidades que los distinguen del resto de pepas de cacao y chocolates. No en vano el chocolate elaborado con Cacao Arriba es tan apetecido en todo el mundo.

De los productos con un origen geográfico concreto, destacan principalmente los factores naturales y los factores humanos. En el primero, las características del entorno natural serán las que definan la diferencia entre el producto con denominación de origen, de uno regular. Por otro lado, los factores humanos son aquellos derivados de la intervención de la mano del hombre a la hora de crear este tipo de productos. Los factores humanos se definen tanto por las habilidades de las personas que habitan determinada región, como por las tradiciones que se han ido transmitiendo entre generaciones.

Veamos a continuación un poco de la historia de cómo surgió el origen geográfico.

1.1.1. Historia del origen geográfico

Cuando vamos a Francia, podemos disfrutar de una deliciosa copa de *champagne*⁹, acompañado de un exquisito queso *Roquefort*¹⁰. Estos son dos ejemplos de famosas denominaciones de origen. Francia fue la cuna del origen geográfico, con una de las primeras formas de protección formales: la *Appellation d'origine contrôlée*, o Denominación de Origen Controlada.¹¹ Ya desde el siglo XV, existen registros de un decreto parlamentario para proteger el queso *Roquefort*, e incluso en el año 1300 ciertas normas establecían que los vinos no debían llevar otro nombre sino el del lugar donde fueron creados.¹²

⁹ Tipo de vino espumoso elaborado conforme al método champenoise en la región de Champaña, en el noreste de Francia.

¹⁰ *Roquefort* es un queso azul francés de leche coagulada de oveja procedente de la región de Causses del Aveyron, Francia.

¹¹ Plataforma Francia, “Francia de los AOC - Denominación de Origen Controlada”, *France*, accedido 17 de febrero de 2018, párr. 1 <http://es.france.fr/es/infosredac/francia-de-los-aoc>.

¹² Elena Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, en *Derechos Intelectuales*, Vol. 10. (Ciudad de Buenos Aires: Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma, 2003), 17.

Sin embargo, para conocer la verdadera historia del origen geográfico, es necesario remontarnos a los primeros vestigios históricos que evidencian que ya desde el antiguo Egipto, ciertos productos eran clasificados de acuerdo con su calidad. Un ejemplo es el vino producido entre los años 3100 y 2700 a.C. en Malakata, Egipto. Sobre las ánforas que contenían el producto, se describía ya desde entonces que un vino podía ser “genuino”, “bueno”, “muy bueno”, e incluso, “muy, muy bueno”.¹³ Son los primeros intentos de la humanidad de clasificar un producto y diferenciarlo del resto por sus características específicas.

Las indicaciones geográficas nacieron con la costumbre que las personas tenían de designar a los productos, con el nombre del lugar en donde los fabrican o los cosechan. Ya en ese entonces, existía una suerte de “asociaciones” que eran propietarias de estas indicaciones geográficas. Con la llegada de la Revolución Industrial, la producción tradicional se vio enfrentada al auge de una economía que procesa en masa, la antítesis de lo que promueve el origen geográfico. La demanda de productos con buena reputación nunca se desaceleró, y esto llevó a que las denominaciones sean usurpadas para aprovechamiento de aquellos que producían a gran escala.

Por tal motivo, la protección del origen tuvo un importante crecimiento en esta época, debido al desarrollo normativo que se inició después de la destrucción de viñedos franceses por una plaga en 1870, debido a que era necesario abastecer el mercado, por lo que se fabricaban vinos a gran escala con prácticas fraudulentas, abusando de nombres célebres procedentes de otras regiones. La primera ley relacionada con la protección del origen geográfico apareció en Francia en 1905, con el motivo de reprimir el fraude de mercancías y productos alimenticios, y se fijaron las primeras delimitaciones de lo que sería una denominación de origen. A medida que se desarrollaba la industria, también crecía consigo la posibilidad de fraude, que afectaba especialmente al consumidor.¹⁴

Fue en 1935 cuando en Francia se promulgó la ley que crea la Denominación de Origen controlada y nació consigo la institución que se encargaría de su reglamentación y control: el Comité Nacional de Vinos y Aguardientes. Actualmente, muchos países de todo el mundo han incorporado en su legislación de propiedad intelectual, la protección del origen para los productos estrella de estos países, entre los que destacan los vinos,

¹³ Animal Gourmet, “Denominaciones de Origen: Historia, Mitos y Fraudes”, accedido: 9 de junio del 2018, párr. 4, <http://www.animalgourmet.com/2016/07/12/denominaciones-de-origen-historia-mitos-y-fraudes/>

¹⁴ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 17.

bebidas espirituosas y quesos.

En la actualidad, existe un interés por el origen geográfico, en especial de los alimentos, en gran medida por las crisis alimentarias. La inclusión de la procedencia de un producto permite a los consumidores identificar al producto y facilitar la elección de compra, lo cual aumenta la confianza del consumidor en el producto.¹⁵

1.1.2. Concepto de origen geográfico

No existe una definición dentro de la doctrina legal ni dentro de la normativa para el término “origen geográfico”. Para comprender el significado de este término, se recurre a la definición de la Real Academia de la Lengua Española: “Principio, nacimiento, manantial, raíz y causa de algo” Por lo tanto, el origen geográfico significa el lugar de nacimiento de determinado producto, e inclusive de un servicio. La doctrina y la legislación de casi todo el mundo clasifican al origen geográfico de la siguiente manera: como género, tenemos a la indicación geográfica, que “es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen.”¹⁶ La indicación geográfica se subdivide, a su vez, en denominación de origen e indicación de procedencia, figuras que desarrollaremos más adelante.

Los tipos de origen geográfico se refieren a nombres de lugares de donde pueden provenir diversos productos agrícolas o alimentarios, pero existen diferencias entre cada uno de ellos. Por un lado, la indicación geográfica es el nombre de una región que designa a un producto agrícola que posee una cualidad determinada atribuible a dicho origen geográfico. Por el otro, la denominación de origen se trata de un lugar determinado que designa un producto agrícola originario de dicho lugar, y cuya calidad se debe a su origen geográfico, pero además a los factores naturales y humanos.¹⁷

El origen geográfico recae sobre un producto que, por su propio origen, forma de elaboración, las personas que lo elaboran y su conocimiento, lo hacen especial y diferente de otros productos. No es lo mismo un queso azul común, a un queso Roquefort con denominación de origen. A pesar de que en apariencia se trata del mismo producto, el

¹⁵ José Clemente, José Rodríguez y Juan Buitrago, “Importancia del Origen Geográfico en el Consumo de Productos Agroalimentarios”, *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 20 de julio del 2011, párr. 3, <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-369.htm>.

¹⁶ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, “Indicaciones Geográficas”, accedido: 9 de junio 2018, párr.1 http://www.wipo.int/geo_indications/es/.

¹⁷ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 19.

queso Roquefort es diferente porque está elaborado con leche de oveja y el moho que el queso contiene se desarrolla de manera natural, a diferencia del resto de quesos que pueden ser elaborados con leche de vaca, cabra u oveja, y el moho que contienen es inyectado en el producto de manera artificial. Esa es la manera como lo hacen en Roquefort, y sus características especiales se deben al medio y los conocimientos que el factor humano posee.

1.1.3. Naturaleza del origen geográfico

¿Qué protege el origen geográfico? Como vimos en la historia del origen geográfico, nació con el objetivo de proteger productos vinícolas, para después proteger también productos agrícolas y alimentarios. Sin embargo, no se aplica a cualquier producto, pues este debe tener una cualidad ligada a su origen geográfico. Por ejemplo, un sombrero de Montecristi no es tal si no ha sido confeccionado en Montecristi. Sería un simple sombrero de paja toquilla.

Por lo tanto, desde el punto de vista de su naturaleza, se entiende al origen geográfico como un signo distintivo y como una medida que protección al consumidor de prácticas engañosas.¹⁸

Desde el punto de vista del origen geográfico como un signo distintivo, este protege y diferencia a varios productos similares entre sí. Sin embargo, el hecho de que el origen geográfico diferencie productos no implica que el origen geográfico sea una marca. De hecho, existen varias características que las diferencian:

Gráfico 1

Diferencias entre marcas e indicaciones geográficas

	Marcas	Indicaciones geográficas
Titularidad	Titular del registro	El Estado, consejos reguladores, asociaciones.
Período de vida	Renovación periódica	Duración indefinida
Beneficiarios	Consumidores	Primariamente: productores. Subsidiariamente: consumidores

¹⁸ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 24.

Signo	Cualquier signo aceptado por ley	Únicamente nombres geográficos
Aplicación	Productos y servicios	Productos
Protección	Acción privada	Sistema de defensa público

Fuente: Schiavone, “Indicaciones Geográficas”.

Elaboración: propia

Tanto la indicación geográfica como la marca, sirven para distinguir productos y servicios de otros similares. La marca es el signo que le brinda identidad y que permite al consumidor medio diferenciar entre un producto y otro, y es el factor que le lleva a tomar una decisión de compra, pues puede identificarlo a través de la misma por sus características intrínsecas que precisamente lo diferencian de otros productos. La indicación geográfica tiene el mismo papel con respecto a otros productos, pero a distinto nivel. Por un lado, la indicación geográfica certifica el origen de los productos y, si se la quiere utilizar, es obligatorio solicitar la autorización de uso. Por otro lado, obtener una marca no es obligatorio. A su vez, la indicación geográfica debe ir acompañada de otro tipo de logotipos y marcas que individualicen el producto, pues la misma indicación geográfica puede estar incluida en productos de distinto origen empresarial. Por otro lado, la marca no puede ser utilizada por terceras personas que no sean los titulares, ya que constituiría un engaño, lo cual garantiza al titular un derecho de exclusiva. La indicación geográfica protege a los fabricantes de un producto en determinada zona geográfica, contra el uso indebido de la indicación, frente a la confusión y la vulgarización de dicha indicación geográfica. A diferencia de una indicación geográfica, la marca podría convertirse en un signo de uso común, en caso de que pase a ser vulgarizada e incorporada en el vocabulario cotidiano de la población,¹⁹ y se cumplan los otros presupuestos exigidos por la legislación aplicable.

A pesar de que el origen geográfico cuenta con la naturaleza de un signo distintivo, la principal diferencia entre las marcas y el origen geográfico radica en que la marca es utilizada por un comerciante o una empresa para distinguir a sus propios productos y servicios de los de sus competidores. Por su parte, la indicación geográfica se utiliza para indicar el origen regional de ciertos productos y todos los productores de dicha región

¹⁹ Felipe Palau Ramírez, “La protección de las indicaciones geográficas y su relación con el derecho de marcas y de la competencia desleal”, en *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*, dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón, (Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012), 73.

podrían utilizarla.²⁰ Sin embargo, se podría confundir la figura del origen geográfico con las marcas colectivas y las marcas de certificación.

De acuerdo con Bercovitz, al optar por una marca individual se puede conseguir el mismo efecto que con una marca colectiva. En tal virtud, la marca individual podría licenciarse sin inscribir un reglamento de uso, y podría ser utilizada por un grupo de empresarios que cumplan con los requisitos de calidad y procedencia geográfica, pues la propia entidad que los agrupa puede imponer requisitos para conceder la licencia de uso.²¹

Hasta cierto punto, las figuras de origen geográfico certifican que determinado producto proviene de determinado punto geográfico. Sin embargo, la marca de certificación no se centra en el lugar de fabricación, sino en los patrones mínimos de producción, lo cual hará que el producto tenga unos mínimos de calidad.

Una vez obtenido un cierto grado de conocimiento y reputación en el público, la marca de certificación, por cierto, hará que otros productores o prestadores de servicio quieran ajustarse a esos mismos patrones para también hacer uso de ella. Como consecuencia, la marca de certificación se presenta como un componente importante para contribuir a una mejora significativa de la calidad de productos y servicios.²²

Al igual que la marca de certificación, las figuras de protección del origen procuran que el productor siga un mínimo de estándares de fabricación del producto. Pero uno de estos estándares es precisamente el lugar de origen de la producción, lo cual le diferencia de la marca de certificación.

En las palabras de Streber, "cuando no sólo el origen geográfico, sino también las exigencias cualitativas con relación a los productos están definidas, la indicación geográfica estará más próxima a una marca de certificación, así que la función indicadora de origen será suplantada por la función indicadora de calidad o de valor de la denominación de origen; para el consumidor pasará a ser el de una garantía directa de una determinada calidad".²³

Es muy común que las figuras de protección del origen sean empleadas para identificar los productos de artesanos. Muchos de ellos pueden o no estar asociados en gremios, de acuerdo con el tipo de producto que manufacturan. Por lo tanto, es posible que los productores agremiados utilicen marcas colectivas para informar al consumidor

²⁰ Humberto Albán Pinto. *La propiedad intelectual y la propiedad industrial en el derecho*. (Quito: Ediciones Fausto Reinoso, 2013), 128.

²¹ Palau, "La protección de las indicaciones geográficas y su relación con el derecho de marcas y de la competencia desleal", 63.

²² Ana Lucía De Sousa Borda, "Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional.", en *Derechos Intelectuales*, Vol. 10. (Ciudad de Buenos Aires: Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma, 2003), 107-108.

²³ *Ibíd.*, 73-4.

que el fabricante de ese producto pertenece a un gremio. Por lo tanto, los productores pueden estar vinculados a través de una marca.

A pesar de que se tenía como presupuesto que aquellos autorizados a utilizar marcas colectivas e indicaciones geográficas formen un grupo empeñado en contribuir a la valorización de sus respectivas denominaciones en el mercado, hay entre ellos una diferenciación clara. Los usuarios de una indicación geográfica no están vinculados por una marca, como es el caso de los usuarios de una marca colectiva, o sea que lo que vincula a sus usuarios es el uso en común de un nombre geográfico que no puede constituir una marca.²⁴

En Ecuador, se tiene el ejemplo de los “Helados de Salcedo”, que es una marca colectiva registrada, cuyo titular es la Asociación de Productores y Comercializadores de Helados de Salcedo, y que la utilizan todos los miembros de dicho gremio para identificar a sus helados de Salcedo.²⁵ Sin embargo, aunque la marca colectiva haga referencia a un lugar determinado, no implica que se está protegiendo el origen de dicho producto, pues existen algunas restricciones legales en su aplicación:

El registro de indicación geográfica como marca colectiva sufre una seria restricción, pues la ley dispone que a su titular no le es conferido el derecho de impedir que terceros la utilicen en el comercio, siempre que ese uso no sea contrario a las buenas costumbres y no sea pasible de inducir a error en cuanto al verdadero origen del producto o servicio.²⁶

Con respecto a la naturaleza del origen geográfico como medida de protección y defensa ante prácticas engañosas, se desarrollará este punto más adelante, cuando se traten las características del origen geográfico.

Las indicaciones geográficas tienen como principal función informar sobre el origen geográfico de un producto, mientras que las marcas son un indicador sobre el origen empresarial.²⁷ Por lo tanto, la función de una no es excluyente de la otra, y ambas se complementan, pues un producto puede identificarse al mismo tiempo tanto por su origen geográfico como empresarial.

La información que brinda la IG ayuda a los consumidores a distinguir entre productos de un área geográfica que cuenta con una reputación de calidad superior, desarrollada a

²⁴ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 109.

²⁵ Página web de Helados de Salcedo, accedido: 9 de junio del 2018, párr. 1 <http://www.heladosdesalcedo.com/>

²⁶ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 105.

²⁷ Víctor Revilla, “Un acercamiento económico a la protección de las indicaciones geográficas”, en *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*, dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón, (Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012), 49.

lo largo del tiempo, y la confianza en la IG hace que los consumidores estén dispuestos a pagar más por productos de esa región. Como es lógico, aprovecharse indebidamente de la buena reputación del artículo con IG crearía el riesgo de socavar la reputación de la región, de modo que los consumidores pagarían menos, y los productores invertirían por debajo del óptimo social en innovación informal y en el desarrollo de productos de mayor calidad.²⁸

De acuerdo con algunos autores, las indicaciones geográficas no son bienes privados, pues no es posible excluir completamente a otros de su uso, pero tampoco son bienes públicos, pues no reúnen las condiciones para serlo: no disminuye con el consumo y no es posible excluir a nadie de su consumo.²⁹ Por lo tanto, las indicaciones geográficas comparten caracteres de cada uno de estos grupos. Víctor Revilla considera que las indicaciones geográficas son bienes de club, “pues se puede excluir de su uso a quienes se encuentran fuera de la zona de producción y se puede aumentar el número de usuarios sin mayor costo”. Sin embargo, administrar las indicaciones geográficas implicaría un costo, por lo que es necesario que los titulares se organicen para lograr y mantener su protección, lo cual implica un costo de transacción para mantenerlas.³⁰ A propósito de ello, a continuación se presentan las funciones del origen geográfico.

1.2. Funciones del origen geográfico

El origen geográfico no solo sirve para diferenciar e identificar un producto sobre su origen, la cual es su principal función. La protección del producto le brinda un valor agregado, lo cual implica una mayor calidad de producto. Recae sobre productos que tienen características que los hacen especiales, por lo que se trata de productos de valor agregado. Además, es muy importante que el sistema de protección cuente con mecanismos de defensa contra el fraude.

1.2.1. El origen geográfico tiene fines informativos

El origen informa a las personas sobre el producto que consumen, pues indica la procedencia del mismo. Retomando el ejemplo del queso *Roquefort*, se sabe que ese queso proviene de la ciudad de *Roquefort*, y que por ese motivo tiene características que lo hacen especial y único. El origen siempre va a estar identificado en la etiqueta de los productos que protege, ya que los fabricantes tienen una autorización para utilizarlo. La

²⁸ Revilla, “Un acercamiento económico a la protección de las indicaciones geográficas”, 51.

²⁹ *Ibíd.*, 53.

³⁰ *Ibíd.*

etiqueta permite “posibilitar la identificación, ya sea de determinadas cualidades de los cultivos (p.ej., mayor contenido oleico o proteico), ya de productos que detentan características especiales relacionadas con su método o proceso de producción (v.gr., alimentos orgánicos), o bien su origen geográfico (denominaciones de origen)”³¹.

1.2.2. Da un valor agregado

Por otro lado, la denominación de origen brinda a los productos un valor agregado, puesto que, por su propio procedimiento, la calidad de la materia prima y los estándares de fabricación, indica al consumidor un resultado superior al común de los productos genéricos de la misma categoría. Un ejemplo de la importancia del valor agregado se da en Europa, donde el consumidor está dispuesto a pagar hasta un 20 o 30 por ciento más por un producto con denominación de origen, frente a uno que no la tenga.³²

Por lo tanto, si el producto lleva un certificado de origen, el nicho de mercado no sólo conocerá sobre el producto, sino que tendrá una justificación legítima para pagar el precio solicitado, debido a que los productos protegidos por figuras de origen, como la denominación de origen, pueden tener costos de producción elevados, los cuales son retribuidos al productor con un mayor precio de venta.³³

1.2.3. Evita la generalización del origen

¿Quiénes de nosotros no ha llamado champagne al vino blanco espumoso proveniente de cualquier parte del mundo? Es un error común que los consumidores suelen cometer a la hora de denominar a los productos. Inclusive es un acto intencionado por parte de los productores que no están autorizados a emplear las figuras de protección del origen en sus productos, lo cual implica fraude, según analizaremos en el siguiente punto.

La utilización de la palabra "tipo", así como de expresiones semejantes, de forma alguna asegura que el producto posee aquellas especificaciones que el consumidor espera encontrar. La experiencia demuestra que ese uso puede llevar a una dilución, así como a una generalización de la indicación geográfica.³⁴

³¹ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 21.

³² Portafolio, “Denominación de origen, buen negocio, pero aún es incipiente, 21 de enero del 2015, párr. 8, <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/denominacion-origen-buen-negocio-incipiente-26178>.

³³ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 21.

³⁴ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 85.

A pesar de ello, el arreglo de Madrid prevé la posibilidad de que se empleen ciertas palabras para identificar productos que no tienen denominación de origen, pero pretenden ser similares.

El Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas de 1891 extendió la prohibición de comercialización a los productos con indicaciones de procedencia engañosas, pero no impide la generalización de las denominaciones geográficas dado que permite su empleo con un vocablo deslocalizador como «estilo», «tipo» o «manera».³⁵

Considero que es necesario evitar el uso de este tipo de vocablos que pueden perjudicar al consumidor. Los productos con denominación de origen pueden ser adquiridos por consumidores promedio, que no tienen un conocimiento profundo sobre el producto, por lo que pueden ser fácilmente engañados.

Para evitar la generalización del origen geográfico, es importante seguir los procedimientos establecidos en la ley para obtener su reconocimiento administrativo, de manera que su utilización requiera de autorización, y así los legítimos interesados tengan la posibilidad de oponerse a terceros no autorizados.³⁶

Como destaca Reger, “el rebajamiento de un término genérico es desventajoso para el productor y para el consumidor: el primero pierde un signo distintivo, del que es sustraído el *goodwill* obtenido a costa de mucho esfuerzo, con lo que un importante valor económico es destruido. El segundo, pierde un medio importante de orientación y decisión, pérdida que no es compensada por la función ejercida como término genérico”.³⁷

1.2.4. Defensa contra el fraude y prácticas desleales

El origen geográfico constituye una herramienta de defensa contra el fraude, puesto que los productos que contienen una denominación de origen han pasado por un proceso de certificación de calidad y poseen procesos estandarizados, por lo que son susceptibles de ser imitados, para que el falso productor pueda beneficiarse del prestigio y reconocimiento que tienen dichos productos³⁸.

³⁵ Manuel López Escudero, “La protección de las denominaciones geográficas en la UE. Nuevas perspectivas tras la adopción del Reglamento 510/2006”, *Revista de Derecho Comunitario Europeo*, mayo – agosto 2006, num. 24, <https://recyt.fecyt.es/index.php/RDCE/article/download/47243/28725>.

³⁶ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 86.

³⁷ *Ibíd.*, 87.

³⁸ Jesús Cambra Fierro y Antonio Villafuerte Martín, “Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas: Justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España”, *Colección Mediterráneo Económico: "El nuevo sistema agroalimentario en una crisis global"*, Fundación Cajamar, <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/15/15->

La esencia de la protección legal consiste en la existencia de medidas que permiten impedir y sancionar el uso de la indicación geográfica para productos que no sean originarios de la zona de producción. Su fundamento es doble: por una parte, el consumidor debe ser protegido contra las prácticas engañosas, y por otra, al ser adoptado como signo distintivo por un grupo de productores de una zona geográfica, se reconocen las indicaciones geográficas como un objeto protegido por la propiedad intelectual, permitiendo excluir a terceros del uso de la indicación.³⁹

Por tal motivo, una vez que se ha detectado que un productor se está aprovechando injustamente del origen geográfico de un producto, el régimen de protección del origen debería brindar a los legítimos interesados, las posibilidades de iniciar acciones legales en contra de quienes los están perjudicando, a fin de que los productores procuren recibir una indemnización económica, y los consumidores sean informados sobre tales hechos, de manera que no haya la posibilidad de que el producto protegido sea perjudicado en su reputación.

Un buen ejemplo de práctica de comercio desleal consiste en utilizar una indicación geográfica para un producto que no provenga de la región en cuestión. Si se desea protección en virtud de la legislación en materia de responsabilidad civil, no deben observarse formalidades con el registro o el decreto; la parte que se considere agraviada acudirá a los tribunales para defender su caso.⁴⁰

Por ejemplo, si se confeccionan sombreros de paja toquilla en un punto geográfico distinto a Montecristi y se los identifica mediante dicha denominación, entonces los productores que sí se asientan en la mencionada región deberían tener derecho de iniciar acciones legales y ser compensados por ello. De igual manera, el consumidor podría denunciarlo para así evitar que se sigan cometiendo actos de engaño.

A criterio personal, la defensa contra el fraude en el caso de la protección del origen debe ser estricta, pues a pesar de que se trata de productos que tienen características especiales, el consumidor al que va dirigido no es especializado sino un consumidor medio, debido a que todas las personas pueden tener acceso a los productos protegidos por su origen sin tener conocimientos previos sobre el producto, y por ello, va a ser más fácil el engaño, en razón de que el consumidor adquiere el producto porque tiene únicamente referencias vagas del prestigio de los productos que provienen de determinada zona, mas no un conocimiento especializado que le permita evitar el engaño.

³⁹ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 16.

⁴⁰ Albán, “La propiedad intelectual y la propiedad industrial en el derecho”, 129.

1.2.5. Diferenciación

Por definición, los quesos que poseen una identificación de origen geográfico no son iguales a los quesos genéricos o comunes; por tal motivo, el origen geográfico permite diferenciarlos entre sí. No es lo mismo un queso *Camembert* de Normandía⁴¹ que un queso *Roquefort*, o un *Emmental de Savoie*⁴². Aunque todos tienen en común que son quesos maduros, su propio origen les da características propias que les permite llegar fácilmente a la mesa del consumidor que los aprecia por estas características. ¿Por qué? No sería lo mismo fabricar un *Roquefort* en Quito, que hacerlo en *Roquefort*, porque las bacterias y las condiciones climáticas no son las mismas en estos lugares, por lo que el resultado no sería el mismo.

Sin embargo, puede darse un caso más extremo, ya que no todos los quesos producidos en *Roquefort* son quesos *Roquefort*. La protección del origen se restringe únicamente a aquellos que tienen ciertas características determinadas dadas por su fabricación y la materia prima utilizada. Por tal motivo, no es suficiente que sea únicamente "resaltada la verdadera procedencia del producto".⁴³

1.2.6. Desarrollo de la economía de un país

El producto con origen geográfico, por sus cualidades y características, tiene una calidad superior, y los gustos más refinados lo aprecian. Por tal motivo, este producto, con una promoción adecuada, puede ser el motor de la economía de un país. Proteger el origen geográfico de los productos es una inversión que permitirá darle un sello distintivo a un producto, que por sus características será demandado en el mercado nacional e internacional, lo cual puede ser una herramienta de promoción económica para el país.

Es por ello que no puede dejar de señalarse que las regulaciones actuales sobre indicaciones geográficas se relacionan con una estrategia económica de productores y país, y al desarrollo de la mejor estrategia de construcción de la competitividad para el sector alimentario, con foco en los distintos segmentos de clientes: mercado local,

⁴¹ Queso blando, cremoso, con corteza de moho blanco y hecho con leche de vaca, fabricado en Normandía, Francia.

⁴² Queso elaborado con leche cruda de vaca de razas locales, tarine, abundance y montbéliarde, proveniente exclusivamente de los departamentos de Saboya y Alta Saboya, Suiza.

⁴³ De Sousa, "Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional", 80.

regional o mundial. Los países europeos son un claro ejemplo de los desarrollos comerciales que se pueden obtener a partir de las indicaciones geográficas.⁴⁴

Evidencia de esto es el impacto de los productos con denominación de origen en la economía europea. Un 70% de productos exportados corresponden a productos identificados con denominaciones de origen, lo que demuestra la acogida que tienen dichos productos alrededor del mundo.

En lo que respecta a las exportaciones de productos agrícolas elaborados de la UE hacia países terceros, que en 2004 alcanzaron 83.380 millones de euros, la presencia de las denominaciones geográficas es predominante, ya que aproximadamente el 70 % de dichas exportaciones correspondieron a productos amparados por dichas denominaciones. Así, de los 54.000 millones de euros de exportaciones de bebidas alcohólicas por parte de la UE, 35.000 millones pertenecen a las bebidas cuya etiqueta lleva denominación geográfica.⁴⁵

Ecuador, al ser un país mega diverso en el ámbito biológico y cultural, es importante que impulse la protección del origen geográfico, ya que estos productos, al tender a llegar fuera de los límites del país por sus cualidades, son dinamizadores de la economía nacional, y embajadores de la cultura de un país en el mundo, más aún si la protección está alineada a políticas de comercio justo.

En resumen, y como señalan algunos autores, el atributo país de origen puede utilizarse como dos tipos de fuentes: de información y significación. Como fuente de información, el sujeto utiliza el origen para identificar la procedencia, o conocer algunas particularidades sobre el proceso de elaboración y nivel de calidad del producto. Mientras que, como fuente de significado, el origen permite incorporar o reforzar algunas asociaciones vinculadas al producto, permitiendo al sujeto identificar nuevos beneficios o perjuicios en el producto, mejorar su nivel de conocimiento y sobre todo, construir y reforzar la imagen que crea en su mente.⁴⁶

Un producto siempre puede ser mejorable: su producción, sus características artesanales, su nivel de sostenibilidad ambiental, su contribución a una economía justa y solidaria, pero lo que a un producto no se le puede quitar nunca es su origen. Es un atributo irremplazable.

Otro de los beneficios económicos de las indicaciones de origen es que reducen la competencia y favorecen las posiciones de mercado de los productores. Aunque esto elevaría los costos de producción y se trasladaría el incremento al consumidor, este se

⁴⁴ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 21.

⁴⁵ López, “La protección de las denominaciones geográficas en la UE. Nuevas perspectivas tras la adopción del Reglamento 510/2006”.

⁴⁶ Clemente, et al., “Importancia del Origen Geográfico en el Consumo de Productos Agroalimentarios”, párr. 4.

encontrará gustoso de pagarlo porque estaría recibiendo información segura sobre el origen del producto. No existiría una discriminación con respecto a otros productores, porque ellos podrían vender los artículos bajo otro nombre sin utilizar la indicación geográfica. Es posible esperar que el beneficio asociado al uso de las indicaciones geográficas aumente con el tiempo, haciendo que sea cada vez mayor el provecho que las comunidades y agricultores puedan obtener.⁴⁷

1.3. Clasificación del origen geográfico

Existen varias figuras que protegen el origen geográfico. Entre ellas, las más importantes son la indicación geográfica, la denominación de origen y la indicación de procedencia. Las definiciones suelen ser distintas, y la diferencia estriba en el mayor o menor grado de vinculación de las propiedades del producto con el territorio. En las denominaciones de origen las propiedades del producto dependen del territorio, en donde se deben dar todas las fases de producción y procedimiento de elaboración. Por otro lado, en las indicaciones geográficas protegidas, sólo las propiedades y características son imputables al territorio, independientemente de que las fases de producción y elaboración tengan lugar en el mismo territorio.⁴⁸ A continuación, se exponen las principales diferencias entre ellas.

1.3.1. La indicación geográfica

La indicación geográfica es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto, y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen, y su producción o elaboración se realiza en la zona geográfica determinada.⁴⁹ Algunos autores restringen a la indicación geográfica para designar a productos agrícolas o alimentarios⁵⁰; sin embargo, un universo de productos e incluso servicios podrían ser protegidos bajo una indicación geográfica, sin necesariamente ser agrícolas o alimentarios.

La definición de indicación geográfica es mucho más amplia que la definición de denominación de origen o la de indicación de procedencia, por lo que se entendería que

⁴⁷ Revilla, “Un acercamiento económico a la protección de las indicaciones geográficas 54-5.

⁴⁸ Palau, “La protección de las indicaciones geográficas y su relación con el derecho de marcas y de la competencia desleal”, 60.

⁴⁹ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, “Indicaciones Geográficas”.

⁵⁰ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 19.

la indicación geográfica es el género, y la denominación de origen y la indicación de procedencia son especies. Es por ello que, en la doctrina, suele confundirse estos términos, que incluso se refleja en errores a la hora de plasmar los conceptos en la norma. Por ejemplo, algunos autores, como el Dr. Marcelo Ruíz, tienden a confundir la naturaleza de los términos “indicación geográfica” e “indicación de procedencia”, al afirmar que la indicación de procedencia es el término más general.

Con arreglo a esta definición [art. 2 del Arreglo de Lisboa], una denominación de origen puede considerarse como un tipo especial de indicación de procedencia, puesto que el producto para el que se utiliza la denominación de origen debe poseer una calidad y unas características imputables exclusiva o esencialmente a su origen.⁵¹

Si se comparan entre sí las definiciones de indicación de procedencia, denominación de origen e indicación geográfica, puede observarse lo siguiente: la indicación de procedencia es el término más general, pues comprende la indicación geográfica y la denominación de origen.

Estas confusiones se suelen dar cuando no se tiene clara la clasificación correcta de las distintas figuras del origen.

Una indicación geográfica es básicamente un señalamiento de que un producto determinado proviene de una zona geográfica concreta. Una denominación de origen es una forma más precisa de indicación geográfica, que especifica que el producto posee cualidades que se derivan específicamente del hecho de que provenga de una región determinada.⁵²

¿Qué sucede con los productos que tienen registrada como marca de fábrica un nombre geográfico? En tal caso, el nombre geográfico debe ser considerado arbitrario y desprovisto de significado, de manera que no induzca a error, y así se preserven los intereses y derechos del consumidor.⁵³ Por ejemplo, Hollister es la ciudad principal del Condado de San Benito, en el estado de California, y a su vez, Hollister es una reconocida marca de ropa para jóvenes, de la compañía Abercrombie & Fitch, la cual tiene sus oficinas principales en Ohio, Estados Unidos. Sin embargo, el consumidor, al adquirir las prendas de Hollister, no considera que es una indicación geográfica, sino únicamente la marca que identifica los productos. Esto depende de las técnicas de mercadeo empleadas, lo cual develará las verdaderas intenciones del productor con respecto al uso de dicha

⁵¹ Marcelo Ruíz, “Manual de Propiedad Intelectual”, (Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones, 2013), 206.

⁵² Albán, “La propiedad intelectual y la propiedad industrial en el derecho”, 132.

⁵³ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 76.

marca. Pero, a nivel teórico, ¿existe diferencia entre la denominación de origen y la indicación geográfica?

Se trata pues, de una diferencia de matiz, que, al menos en el ámbito comunitario, carece de trascendencia jurídica, por lo que quizás carezca de sentido mantener la diferenciación. Ahora bien, la vinculación territorial y cualitativa del producto identificado con la denominación de origen o indicación geográfica con una zona geográfica delimitada, diferencia estos signos de otros que también identifican productos en el mercado, como pueden ser las marcas, incluidas las marcas colectivas y de garantía, las denominaciones genéricas y específicas, las denominaciones geoturísticas, o las especialidades tradicionales protegidas...⁵⁴

Entre algunos de los beneficios de las indicaciones geográficas, está el mantenimiento de una reputación de los productos, y la posibilidad de fijar precios especiales, dados las características y el valor agregado que estos productos tienen, por lo que se aseguran altos rendimientos para los productores locales. Por otro lado, al ser productos especializados, es posible formar un nicho de mercado específico al cual dirigirse, donde el productor pueda trabajar en la promoción de sus productos a través de estrategias de mercado adecuadamente diseñadas para el grupo al que el producto va dirigido. Finalmente, las indicaciones geográficas suelen estar basados en conocimientos tradicionales, por lo que su protección se extiende también a proteger los saberes ancestrales.⁵⁵

[L]as denominaciones geográficas sirven para la conservación del patrimonio cultural, los métodos productivos tradicionales y los recursos naturales de los Estados miembros de la UE, especialmente en regiones rurales con bajos niveles de renta y problemas de despoblación. Una producción de alto valor añadido y centrada en la calidad es la única posibilidad de competir para regiones de la UE, cuyas características geográficas no son aptas para una producción agrícola estándar. Además, la mejora de la calidad favorece el desarrollo de industrias agroalimentarias en estas zonas.⁵⁶

Por otro lado, entre las desventajas que tienen las indicaciones geográficas, es que pueden imponer restricciones a los productores a la hora de identificar sus productos. Es decir, es posible que los productores no puedan identificar su producto con otro nombre, distintivo, etiquetas, envases, etc. Por su parte, es posible que los costos administrativos

⁵⁴ Palau, “La protección de las indicaciones geográficas y su relación con el derecho de marcas y de la competencia desleal”, 62-3.

⁵⁵ Palau y Ana María Pacón, *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*, dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón, (Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012), 21.

⁵⁶ López, “La protección de las denominaciones geográficas en la UE. Nuevas perspectivas tras la adopción del Reglamento 510/2006”.

para mantener una figura de protección de origen geográfico sean elevados⁵⁷, lo cual va a repercutir tanto a la hora de decidir por la protección, como en el precio final de producto (en caso de que se haya optado por la protección).

La protección de las indicaciones geográficas como modalidad sui generis de propiedad industrial comporta el establecimiento de registros y de procesos reglados de acceso a estos, así como órganos de control que garanticen la homogeneidad de los productos y su adecuada comercialización.⁵⁸

1.3.2. La denominación de origen

Como especie de las indicaciones geográficas, se encuentran las denominaciones de origen. Esta figura es la más conocida indicación geográfica, pues es con la que se identifican algunos productos, desde los más consumidos en nuestra mesa, hasta aquellos que han hecho reputado a nuestro país en el exterior. El alcance de las denominaciones de origen no se limita únicamente a la designación de un punto geográfico. Implica también al proceso de fabricación y a otros factores, como los humanos. Se puede definir a la denominación de origen como el:

Nombre de una región, de un lugar determinado que sirve para designar un producto agrícola o alimentario originario de dicho lugar determinado, y cuya calidad o características se deban fundamentalmente al origen geográfico con sus factores naturales y humanos; cuya producción, transformación y elaboración se realice en la zona geográfica delimitada.⁵⁹

En sus inicios, incluso antes de la creación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, ya se utilizaba el término “denominación de origen”. El término era utilizado como marca agrícola colectiva. Con el paso del tiempo la figura evolucionó para conocerla tal como lo hacemos ahora. Las denominaciones de origen benefician a los productores, ya que ellos pueden percibir una "mejora de la comercialización de los productos, facilitando el acceso al mercado a través de una marca colectiva y de renombre como la denominación de origen; eso se constata especialmente respecto de las cooperativas o pequeños vitivinicultores que, generalmente, poseen menor experiencia".⁶⁰ Por lo tanto, las denominaciones de origen son de alto impacto económico:

⁵⁷ Palau *et al.*, “La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina”, 21.

⁵⁸ Palau, “La protección de las indicaciones geográficas y su relación con el derecho de marcas y de la competencia desleal”, 61.

⁵⁹ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 19.

⁶⁰ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 74

Lo más importante de la utilización de esta figura radica en el ámbito económico, porque “al comercializar un producto de características propias de una zona, este no es copiable y por tanto tiene una ventaja en el mercado con relación a los otros competidores”.⁶¹

En Ecuador, el concepto de denominación de origen se encuentra desarrollado en la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina (En adelante Decisión 486) y en la Ley de Propiedad Intelectual de 1998. Desde aquel cuerpo normativo, se entiende que la denominación de origen es una especie de indicación geográfica. Es decir, todas las denominaciones de origen son indicaciones geográficas, pero no todas las indicaciones geográficas son denominaciones de origen.⁶²

1.3.3. La indicación de procedencia

La indicación de procedencia es otro tipo de indicación geográfica, que se limita únicamente a indicar el nombre del lugar de origen de un producto o servicio. Por lo tanto, los productos no necesariamente tendrán cualidades otorgadas por su lugar de procedencia.

[La indicación de procedencia] se presta para informar al público en general sobre el origen de un producto o servicio. Su vinculación con el producto no es dependiente de factores geográficos. Como consecuencia, todos los productores o prestadores de servicio establecidos en determinado país, ciudad, localidad o región tendrán legitimación para hacer uso de la indicación de procedencia. Conforme ha sido bien observado por Reger, "la función de indicar el origen es la función original de la denominación geográfica. Sin tener en consideración las demás asociaciones del consumidor, la denominación sirve como indicador del origen geográfico del producto."⁶³

Por lo tanto, para utilizar una indicación de procedencia, no es necesario realizar ningún procedimiento formal ante las autoridades de propiedad intelectual. Basta con que el productor esté establecido en determinado punto geográfico para que tenga legítimo interés de utilizarla. Otro punto a considerar es que la indicación de procedencia no necesariamente debe ser aplicada sólo a productos: también puede identificarse a intangibles, como los servicios. Un ejemplo hipotético podría ser la indicación de procedencia “Salinas” para servicios turísticos y hoteleros.

Por lo tanto, no debemos confundir a la indicación de procedencia con el origen geográfico. De todas formas, la indicación de procedencia no se contrapone al origen

⁶¹ Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, “Propiedad Intelectual: Historia, Desarrollo, Ecuador”, (Quito: Unimarket, 2014), 92.

⁶² Albán, “La propiedad intelectual y la propiedad industrial en el derecho”, 131.

⁶³ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 73.

geográfico, a tal punto que es posible que la identificación de un producto con una indicación de procedencia sea el primer paso para la obtención de una denominación de origen. Se dice el primer paso, no porque sea una fase obligatoria para obtener una denominación de origen, sino porque los productores que están autorizados a utilizarla se inclinarán a darle un valor agregado a su producto.⁶⁴

Por lo tanto, los conceptos de indicación de procedencia y denominación geográfica, no obstante estar íntimamente relacionados, son distintos y están bien definidos en la actual ley de propiedad industrial; no pueden ser confundidos, so pena de perjudicar a aquellos que estarán dando los pasos iniciales en busca de una protección. Sobre eso, la decisión del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, en el caso de las indicaciones "Turrón de Alicante" y "Turrón de Jijona", ampara la tesis de que, cuando se trata de indicaciones de procedencia, no se exige que los productos presenten características dependientes del medio geográfico.⁶⁵

Es importante que dentro de la legislación se distinga la indicación de procedencia de otras indicaciones geográficas, pues ambas tienen una naturaleza y una aplicación práctica diferenciada.

1.4. El origen geográfico en los instrumentos internacionales y en el derecho comunitario andino

El origen geográfico ha sido regulado a través de diversos instrumentos internacionales, y también dentro del derecho comunitario andino y europeo. De acuerdo con algunos autores, la función de los tratados internacionales para la protección de las indicaciones geográficas puede operar de la siguiente manera:

En el contexto bilateral, un país establece un acuerdo con otro para la protección mutua de sus indicaciones geográficas. La etapa siguiente consiste en intercambiar listas de las indicaciones geográficas concernidas y, a continuación, la protección se concede de manera recíproca. Por ejemplo, si Francia concluyese un acuerdo bilateral con España, Francia mandaría a España sus listas de indicaciones geográficas y España haría lo mismo con Francia, con lo cual las indicaciones geográficas en cada país estarían protegidas. Así sucede siempre que dos países conciertan un acuerdo bilateral, pero no todos los países lo hacen. También existen acuerdos multilaterales, uno de los cuales es administrado por la OMPI, a saber, el Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional.⁶⁶

A continuación, se expondrá lo que establece el Convenio de París, el Arreglo de Madrid, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual

⁶⁴ De Sousa, "Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional", 77-8.

⁶⁵ *Ibíd.*, 78.

⁶⁶ Albán, "La propiedad intelectual y la propiedad industrial en el derecho", 130.

relacionados con el Comercio (ADPIC), y la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

1.4.1. Convenio de París

El Convenio de París fue firmado el 20 de marzo de 1883, y ha sido revisado en Bruselas en 1900, en Washington en 1911, en La Haya en 1925, en Londres en 1934, en Lisboa en 1958 y en Estocolmo en 1967, sin perjuicio de la enmienda de 1979.

Este instrumento protege diversos tipos de propiedad industrial. Sin embargo, nótese que el Convenio de París no hace una distinción conceptual entre los diversos tipos de origen geográfico. De hecho, equipara el concepto de indicaciones de procedencia con el de denominaciones de origen:

La protección de la propiedad industrial tiene por objeto las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de la competencia desleal.⁶⁷

De acuerdo con este convenio, los países que forman parte de este instrumento deben adoptar medidas contra la utilización directa o indirecta de indicaciones falsas concernientes a la procedencia del producto o a la identidad del productor, fabricante o comerciante.

1.4.2. Arreglo de Lisboa

El Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional fue firmado el 31 de octubre de 1958, revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967, y modificado el 28 de septiembre de 1979.

Tiene como principal finalidad la constitución de una Unión particular de países que protegen las denominaciones de origen dentro del territorio de los países que la conforman. Este instrumento internacional define qué es la denominación de origen y país de origen, determina el alcance de la protección de acuerdo con este instrumento internacional, establece el régimen de registro internacional, la protección a las denominaciones de origen, duración del registro, acciones legales, el régimen de Unión particular, y las cláusulas relativas a la ratificación, adhesión y entrada en vigor.⁶⁸

⁶⁷ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*, 1883, artículo 1.

⁶⁸ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, *Arreglo de Lisboa relativo a la Protección*

Entre las ventajas del Arreglo de Lisboa, está la posibilidad de las partes contratantes de proteger sus denominaciones de origen en los países parte de este Arreglo. Es por ello que 28 países son partes contratantes de este instrumento internacional.⁶⁹

1.4.3. El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio

El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, ADPIC, es uno de los instrumentos internacionales que resultaron de las negociaciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC) que se llevaron a cabo en la Ronda Uruguay, desde 1986 hasta 1994, y se firmaron en la Conferencia Ministerial de Marrakech en abril de 1994.

El Acuerdo sobre los ADPIC establece las disposiciones generales y principios básicos de propiedad intelectual, como el principio de trato nacional y de la nación más favorecida. También incluyen las normas relativas a la existencia, alcance, y ejercicio de los derechos de propiedad intelectual, su observancia, protección, régimen de solución de controversias, etc.

Las negociaciones sobre la sección relativa a las indicaciones geográficas en el Acuerdo sobre los ADPIC fueron las más difíciles de negociar en este Acuerdo, como resultado de las marcadas diferencias entre los intereses de los países del norte con los del sur.

Con respecto a las indicaciones geográficas, el Acuerdo las define como “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”. Se entendería, de acuerdo con esta definición, que las indicaciones geográficas deben ser signos, ya sean conjuntos de palabras o representaciones gráficas, puesto que a través de un signo es posible identificar un producto como originario de un territorio.

Cabe destacar que el Acuerdo sobre los ADPIC únicamente hace referencia a indicaciones geográficas en general, y no mencionan otros subtipos o categorías de origen.

de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional, 28 de septiembre de 1979.

⁶⁹ *Ibíd.*, artículo 4.

El ADPIC fija estándares mínimos para aspectos sustantivos de la propiedad intelectual: ningún país miembro —que debe cumplirlos según su legislación y prácticas locales— puede otorgar una protección menor; en contrapartida, ningún miembro está obligado a otorgar una protección mayor. También incluye principios generales —como los de no discriminación y tratamiento nacional—, normas de observancia (los derechos otorgados deben ser efectivos) y procedimientos de solución de controversias sobre el cumplimiento o la interpretación, lo que implica que sólo con la resolución definitiva el país afectado puede aplicar sanciones.⁷⁰

El Acuerdo también establece un régimen de protección adicional y más estricto para vinos y bebidas espirituosas, los cuales constituyen mínimos de protección para aquellas naciones que protejan el origen de vinos y bebidas espirituosas, de conformidad con el art. 23 de dicho instrumento.⁷¹

La inclusión de este estándar más estricto no se debe a las características singulares de los vinos y las bebidas alcohólicas, sino que más bien fue una avenencia a la que se llegó en las negociaciones. Este desequilibrio en el nivel de protección ha llevado a que una serie de países, entre los que se encuentran La India, Pakistán, Kenia, Mauricio y Sri Lanka, haya solicitado una protección adicional. Otros países como Argentina, Chile y Guatemala han argumentado que la ampliación de la protección adicional a otros productos impondría unas cargas financieras y administrativas adicionales a todos los miembros de la OMC que superarían con mucho cualquier posible beneficio. Están convencidos de que dichas cargas perjudicarían en gran medida a los países en desarrollo.⁷²

Como parámetros mínimos de protección, tenemos el uso de cualquier signo o medio que sugiera que el producto proviene de una región geográfica distinta a la de su

⁷⁰ Schiavone, “Indicaciones Geográficas”, 26.

⁷¹ Protección adicional de las indicaciones geográficas de los vinos y bebidas espirituosas: 1. Cada Miembro establecerá los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir la utilización de una indicación geográfica que identifique vinos para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica de que se trate, o que identifique bebidas espirituosas para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica en cuestión, 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. 2. De oficio, si la legislación de un Miembro 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, se denegará o invalidará para los vinos o las bebidas espirituosas que no tengan ese origen. 3. En el caso de indicaciones geográficas homónimas para los vinos, la protección se concederá a cada indicación con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 4 del artículo 22. Cada Miembro establecerá las condiciones prácticas en que se diferenciarán entre sí las indicaciones homónimas de que se trate, teniendo en cuenta la necesidad de asegurarse de que los productores interesados reciban un trato equitativo y que los consumidores no sean inducidos a error. 4. Para facilitar la protección de las indicaciones geográficas para los vinos, en el Consejo de los ADPIC se entablarán negociaciones sobre el establecimiento de un sistema multilateral de notificación y registro de las indicaciones geográficas de vinos que sean susceptibles de protección en los Miembros participantes en ese sistema.

⁷² Carlos Correa, edit., “Propiedad Intelectual y Políticas de Desarrollo”, en *Temas de Derecho Industrial y de la Competencia*. (Buenos Aires: Editorial Ciudad Argentina, 2005), 233.

verdadero origen. Por otro lado, el art. 22⁷³ hace referencia a la protección de las indicaciones geográficas contra cualquier acto de competencia desleal, haciendo referencia directa al art. 10 del Convenio de París, específicamente en el art. 10 bis.⁷⁴

1.4.4. Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina

La Comunidad Andina surgió el 26 de mayo de 1969, en virtud del Acuerdo de Cartagena. Los objetivos de esta integración fueron principalmente “promover en los países miembros un desarrollo equilibrado y armónico, acelerar su crecimiento mediante la integración económica y facilitar su participación en el proceso de integración latinoamericano”.⁷⁵ En materia de propiedad industrial, como antecedentes de la Decisión 486, se expidieron la Decisión 85, la Decisión 311, la Decisión 313, el Acta de Barahona, y la Decisión 344.

La Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial, que es la norma primaria que regula los signos distintivos, patentes, modelos de utilidad, entre otros aspectos relacionados con la propiedad industrial. Por supuesto, en dicho régimen, se desarrollan las indicaciones geográficas. Dentro de tal categoría, se encuentran comprendidas las denominaciones de

⁷³ 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. 2. En relación con las indicaciones geográficas, los Miembros arbitrarán los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir :a) la utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto; b) cualquier otra utilización que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido del artículo 10bis del Convenio de París (1967). 3. Todo Miembro, de oficio si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada, denegará o invalidará el registro de una marca de fábrica o de comercio que contenga o consista en una indicación geográfica respecto de productos no originarios del territorio indicado, si el uso de tal indicación en la marca de fábrica o de comercio para esos productos en ese Miembro es de naturaleza tal que induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen. 4. La protección prevista en los párrafos 1, 2 y 3 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.

⁷⁴ 1) Los países de la Unión se obligan a asegurar a los súbditos de la Unión una protección eficaz contra la competencia desleal. 2) Constituye un acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honrados en materia industrial o comercial. 3) Principalmente deberán prohibirse: 1° Cualquier acto de tal naturaleza que cree una confusión, por cualquier medio que sea, con el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; 2° Las alegaciones falsas, en el ejercicio del comercio, que tiendan a desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor; 3° Las indicaciones o alegaciones cuyo uso, en el ejercicio del comercio, sea susceptible de inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de las mercancías.

⁷⁵ Wilson Mamani, *Los cambios de política en materia de propiedad intelectual en la CAN. De un “régimen común” a un “régimen sui generis”*, (Quito: Corporación Editora Nacional, 2013), 40.

origen y las indicaciones de procedencia. De acuerdo con la Decisión 486, por denominación de origen se entiende:

[U]na indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.⁷⁶

Por su parte, la indicación de procedencia es un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado.⁷⁷ De conformidad con este instrumento internacional, la diferencia entre la denominación de origen y la indicación geográfica radica, principalmente, en que el producto protegido bajo una denominación de origen tiene características ligadas al medio geográfico del cual procede. Por su parte, la indicación geográfica implica únicamente la información del lugar de donde procede un producto.

El art. 202 de la Decisión 486 determina de manera taxativa qué casos están excluidos de protección como denominación de origen:

- a) No se ajusten a la definición contenida en el artículo 201;
- b) Sean indicaciones comunes o genéricas para distinguir el producto de, que se trate, entendiéndose por ello las consideradas como tales tanto por los conocedores de la materia como por el público en general.
- c) Sean contrarias a las buenas costumbres o al orden público; o,
- d) Puedan inducir a error al público sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, o la calidad, reputación u otras características de los respectivos productos.

Por su parte, también se establece el procedimiento para la obtención de una declaración de protección de denominación de origen. El papel que tiene cada uno de los países miembros dentro de la protección de las denominaciones de origen de otros países, incluye la prohibición de la utilización de una denominación de origen que identifique vinos o bebidas espirituosas que no sean originarios del lugar de fabricación, aunque estén acompañadas de frases o palabras como “clase”, “tipo”, “estilo”, “imitación”, entre otra, de acuerdo con el art. 215:

⁷⁶ Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial, 19 de septiembre de 2000, arts. 201 – 223.

⁷⁷ *Ibíd.*, art. 221.

Art. 215. - Los Países Miembros prohibirán la utilización de una denominación de origen que identifique vinos o bebidas espirituosas para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la denominación de origen en cuestión, 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. Los Países Miembros no podrán impedir el uso continuado y similar de una denominación de origen de otro país, que identifique vinos o bebidas espirituosas con relación a productos o servicios, por alguno de sus nacionales que hayan utilizado esa denominación de origen de manera continua para esos mismos productos o servicios, u otros afines, en el territorio del respectivo País Miembro durante 10 años como mínimo antes del 15 de abril de 1994, o de buena fe, antes de esa fecha.

Sin embargo, existen autores que consideran que “la prohibición de usar expresiones como «imitación», «estilo» o «tipo» sí podría ser ineficiente porque limita la transferencia de información al consumidor y aumenta el poder monopólico”.⁷⁸

De conformidad con el art. 219 de la Decisión 486, si una denominación de origen o indicación geográfica se encuentra protegida en un tercer país, las oficinas nacionales competentes de los Países Miembros podrán reconocer dicha protección siempre que ello esté previsto en algún convenio del cual el respectivo País Miembro sea parte. Esto significa que cada uno de los países que forman parte de la Comunidad Andina puede celebrar convenios con otros países para aceptar en sus países la protección de denominaciones protegidas en dichos países.

⁷⁸ Revilla, “Un acercamiento económico a la protección de las indicaciones geográficas”, 54.

Capítulo segundo

2. El origen geográfico en Ecuador: problemas y soluciones

En el capítulo pasado, conocimos los fundamentos básicos sobre el origen geográfico y los diferentes instrumentos internacionales que lo regulan. A continuación, se analizarán los antecedentes del origen geográfico en Ecuador, la evolución normativa, la aplicación en la práctica de esta figura, así como los comentarios al nuevo Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (en adelante, COESC), lo cual nos permitirá conocer las principales temáticas a discutirse en esta norma.

2.1. Antecedentes del origen geográfico en Ecuador

La Dirección Nacional de Obtenciones Vegetales y la Dirección Nacional de Propiedad Industrial del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) eran las entidades encargadas de la implementación y el desarrollo de las denominaciones de origen.

Trabajo importante que está a cargo del IEPI⁷⁹, que en conjunto con productores y/o agricultores se encuentra en procesos de socialización y difusión de la importancia de proteger las diferentes denominaciones de origen y el beneficio que estas aportan a la economía familiar, local, regional y nacional.⁸⁰

Es importante mencionar que Ecuador, frente a otros países, tiene una significativa ventaja: es un país megadiverso. Justamente la riqueza cultural hace de Ecuador un país vasto en conocimientos tradicionales. Y estos saberes aplicados en la práctica traen las más ricas creaciones, que, fuera de territorio ecuatoriano, no son otra cosa más que embajadoras de nuestro país.

Antes de analizar los antecedentes del origen geográfico, hay que tomar en cuenta que Ecuador es miembro de la Comunidad Andina, pues suscribió el Acuerdo de Cartagena en 1969, y desde entonces rigen en nuestro país todas las normas comunitarias de propiedad intelectual, las cuales tienen una jerarquía superior.

⁷⁹ Actualmente Servicio Nacional de Derechos Intelectuales SENADI.

⁸⁰ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, “Denominación de Origen”, accedido 25 de abril de 2018, párr. 7, <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/denominacion-de-origen/>.

2.1.1. Primera aparición en la legislación ecuatoriana del origen geográfico

El origen geográfico es de aparición reciente en nuestra legislación. Desde la Decisión de la Comisión del Acuerdo de Cartagena número 344, el Régimen Común sobre Propiedad Industrial reguló las denominaciones de origen y las desarrolla dentro de un capítulo único, sin que este sea parte de algún tipo de figura género de la protección del origen, como, por ejemplo, las indicaciones geográficas.

Con el afán de sistematizar dentro de la legislación nacional la protección de la propiedad intelectual, en 1998 se expide la Ley de Propiedad Intelectual, la cual es la primera en incluir en su texto la definición de indicación geográfica, y únicamente establece unas cuantas normas generales sobre la protección de las mismas, sin incluir clasificación alguna de las diferentes figuras de protección que manejan otras legislaciones, como lo hace la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. En torno al procedimiento de registro, la Ley establecía el uso del procedimiento destinado al registro de marcas.⁸¹

En el año 2000, se promulga la Decisión de la Comisión de la Comunidad Andina número 486, que pasa a reemplazar a la Decisión número 344, e incorpora un cambio muy importante con respecto a su versión anterior: establece a las indicaciones geográficas como género, y prevé dos clasificaciones como especie: las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia.⁸²

En el año 2006, se expide una codificación de la Ley de Propiedad Intelectual, sin modificaciones en el capítulo sobre Indicaciones Geográficas, por lo que se regula a las indicaciones geográficas sin hacer una distinción de los diferentes tipos de protección del origen que existen, de acuerdo a como lo prevé la Decisión 486.⁸³

Pasemos ahora a conocer cómo se ha aplicado en la práctica la normativa antes mencionada: analicemos el primer caso de protección del origen geográfico en Ecuador.

2.1.2. Sombrero de Montecristi: El primer caso de protección de origen geográfico en Ecuador

Se suele confundir el origen de nuestro mundialmente famoso sombrero de paja toquilla, protegido bajo la denominación de origen “Montecristi”. El presidente

⁸¹ Ecuador, Ley de Propiedad Intelectual, Registro Oficial 320, 19 de mayo de 1998, art. 243.

⁸² Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, arts. 201 – 223.

⁸³ Ecuador, Ley de Propiedad Intelectual, Registro Oficial 426, Suplemento, 28 de diciembre del 2006, arts. 237 – 247.

estadounidense Franklin Delano Roosevelt fue quien popularizó este sombrero alrededor del mundo en 1906, pues utilizó este sombrero en su primer viaje al extranjero para visitar la construcción del Canal de Panamá, y se difundió alrededor del mundo gracias a la prensa panameña y estadounidense que cubrió el evento.⁸⁴ Se dice que incluso mucho antes, en 1855, durante una exposición mundial en París preparada por el francés Philippe Raimondi, asistió Panamá con una colección de sombreros de paja toquilla, elaborados en tierras manabitas (Ecuador). Se obsequió un sombrero a Napoleón III, emperador de Francia, por lo que se hizo famoso en Europa.⁸⁵

Es por ello que el sombrero de paja toquilla de Montecristi lo denominan erróneamente “*Panama Hat*”, confundiendo al público, en especial al extranjero, sobre el verdadero origen de este sombrero. Sin embargo, los colectivos que se encargan de su fabricación a lo largo de la historia han hecho grandes esfuerzos para conseguir que el sombrero de paja toquilla sea reconocido internacionalmente como una prenda de calidad de origen ecuatoriano. Allí radica la importancia de la denominación de origen “Montecristi” y su función informativa.

Mediante Resolución No. 0988698 de 20 de marzo de 2007, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual declaró la protección de Denominación de Origen “Montecristi”, solicitada por la Unión de Artesanos de Paja Toquilla de Montecristi.⁸⁶ El sombrero manufacturado en Montecristi, Ecuador, con *carludovica palmata*,⁸⁷ fue declarado Patrimonio Cultural Inmaterial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el 5 de diciembre de 2012.⁸⁸ Lo que hace a este sombrero tan fino, no solo es la calidad de la fibra vegetal, sino también la técnica de tejido, la cual es milenaria y

⁸⁴ Vannie Arrocha Morán, “Historia del sombrero Panamá que popularizó Theodore Roosevelt”, El Mundo, 25 de marzo del 2015, párr. 5 - 6, <http://www.elmundo.es/tendencias/2015/03/25/55116a13e2704ee9178b456d.html>.

⁸⁵ Ecuador Ministerio de Turismo, “El sombrero de paja toquilla, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”, 8 de agosto del 2014, párr. 3, <https://www.turismo.gob.ec/el-sombrero-de-paja-toquilla-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>

⁸⁶ Ecuador Ministerio de Comercio Exterior, “Tratamiento de las Indicaciones Geográficas en el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) con la UE”, ficha no. 6, accedido: 5 de septiembre del 2018, <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/6.-Ficha-Propiedad-Intelectual-indicaciones-geograficas-16-11-2016.pdf>

⁸⁷ *Carludovica Palmata* es un tubérculo que actualmente se cultiva en las partes montañosas de los sectores El Aromo, Pile, San Lorenzo y Jipijapa en Manabí. La Paja Toquilla necesita ser cultivada en suelos húmedos y de ello depende el producto final, que, a decir de los cultivadores, no sería el mismo si se cultiva en suelos secos, y solo con abundantes riegos y abonos.

⁸⁸ Ecuador Ministerio de Turismo, “El sombrero de paja toquilla, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”, párr. 3.

cuyo conocimiento ha pasado entre varias generaciones de familias montecristeñas. Kleyder Pachay fue el primero de los montecristeños en obtener el permiso de uso de la denominación de origen “Sombrero de Montecristi”. Él pertenece a una familia de tejedores de sombreros.⁸⁹

Simón Espinel es otro famoso tejedor que reside en Pile, una de las poblaciones aledañas a Montecristi y que se autoproclama como la cuna que vio nacer al internacionalmente famoso sombrero de paja toquilla. Simón comentó en una entrevista a la *British Broadcasting Corporation* (BBC), que el proceso de elaboración es bastante complicado, y que lo que hace al sombrero de paja toquilla un producto fino, es precisamente su proceso de tejido.

Simón comenzó a tejer a los 14 años, imitando el trabajo de sus padres con la paja que ellos botaban, la paja mala que le dicen aquí.

Diez años después tomó una decisión que le cambiaría la vida, tejió durante cuatro meses un sombrero para un gringo que le compraba sombreros a su padre.

"Y le enseñé el sombrero. Y le gustó al señor. No me dijo nada, solamente me lo pagó. Me lo pagó (sic) unos 400 o 500 dólares. Al siguiente año vino y me pidió que le tejiera otro. Y le gustó más que el primero. Y allí me dijo que trabajara solo para él. Me preguntó cuántos sombreros le podía entregar al año y yo le dije que, si Dios quiere, unos seis".

Pero Simón cambió las reglas porque él quería "hacer el sombrero más fino que pudiese".

De seis pasó a cuatro y ahora tan solo entrega dos sombreros por año. Cobra una mensualidad del gringo y cuando unas de sus creaciones se venden recibe un bono que no baja de las cuatro cifras.⁹⁰

Como observaremos a continuación, la diferencia en la técnica de tejido es lo que le hace al sombrero de paja toquilla, un producto codiciado en el extranjero, porque como dicen los mismos productores, al tacto “es tan suave como la seda”.

⁸⁹ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, “Denominación de Origen”, 18 de julio del 2014, párr. 2, <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/familia-pachay-historia-viva-del-sombrero-de-montecristi/>.

⁹⁰ Matías Zibell, “El pueblo ecuatoriano donde se tejen los sombreros más finos y caros del mundo”, BBC Mundo, 5 de enero del 2016, párr. 12-16, https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/151221_ecuador_sombreros_seda_paja_caros_mz.

Gráfico 2
Muestras de tejido de sombreros de paja toquilla



Fuente: Página web de British Broadcasting Corporation
 Elaboración: Brent Black Panama Hats

En la figura anterior, podemos observar la diferencia en el tejido. De hecho, un sombrero de paja toquilla puede tomar un mes desde el inicio de su elaboración, pero mientras más fino sea, implicará un mayor tiempo dedicado a su tejido.⁹¹

2.1.3. El Cacao Arriba: la pepa de oro de la que nacen los chocolates más finos del mundo

La historia tradicionalmente nos enseñó que el cacao es originario de Centroamérica. Sin embargo, existe evidencia arqueológica de que hace 5000 años se plantaba cacao en la Amazonía ecuatoriana. No fue sino hasta la llegada del boom del Cacao Arriba, desde finales del siglo XIX, que el cacao ecuatoriano obtuvo protagonismo en la economía del país. Y es que el chocolate ecuatoriano no es fabricado con cualquier cosa: es hecho con cacao fino de aroma. Este auge duró por seis décadas, y fue la causa de que familias enteras amasen grandes fortunas. “El Cacao Arriba era tan apreciado en aquella época que tan solo bastaba decir que el producto era ecuatoriano para que se pague el precio más alto”.⁹² Pero, ¿por qué se denomina “Cacao Arriba”?

Cuenta la historia que los comerciantes llegaban hasta el puerto de Guayaquil para comprar el cacao ecuatoriano y llevárselo a Europa. Al preguntar de dónde traían el

⁹¹ Jesús Sanchis Moscardó, “El sombrero de paja toquilla: tradición hecha arte en Ecuador”, El Comercio, 19 de febrero del 2015, párr. 4, <https://www.elcomercio.com/actualidad/sombrero-pajatoquilla-tradicion-montecristi.html>.

⁹² Redacción El Tiempo, “Ecuador, la tierra del chocolate”, El Tiempo, 16 de septiembre del 2016, párr. 5, <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/398014/ecuador-la-tierra-del-chocolate>.

producto, la gente respondía que “de arriba”, refiriéndose a lugares ubicados río arriba. Con el poco español que algunos entendían, asumieron que era el nombre de la población “Arriba” y así empezaron a llamarlo ‘Cacao Arriba’.⁹³

Mediante Resolución No. 6307068 de 24 de marzo de 2008, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial resolvió Declarar la protección de Denominación de Origen “Cacao Arriba”. Posteriormente, el 6 de mayo de 2010, se emitió el respectivo título.⁹⁴ De acuerdo con Jaime Freire, quien fue asesor del Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, miembro del Comité Técnico Permanente del Cacao Nacional, así como de la Academia del Chocolate Ecuador, el sello de denominación de origen del cacao ecuatoriano es importante, por las siguientes razones:

El sello de la denominación de origen es la cereza que había que ponerle al pastel, porque nuestro cacao es reconocido como Cacao Arriba en cualquier parte del mundo. Cuando uno va a Europa, cuando uno va al Asia, cuando recorres varios países, la gente sabe del cacao ecuatoriano. Más bien acá, adentro del Ecuador, no lo conocemos mucho de esa manera. Entonces, el tener una denominación de origen oficial significa darle el título que ya todos sabíamos que teníamos. Esto va a abrir unas oportunidades increíbles a los productores que van a poder recibir un reconocimiento, no solamente con un mejor precio, sino con ese orgullo y ese amor de saber que tenemos lo mejor del mundo. Porque el cacao ecuatoriano es el mejor del mundo y no es patriotismo, así se lo reconoce a nivel mundial.⁹⁵

Fue el 21 de abril del 2014, cuando el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual hizo la presentación de la serie televisiva “El Gran Cacao” y el lanzamiento de los sellos de Denominación de Origen: Protegido – Ecuador, Cacao Arriba – Ecuador y Montecristi – Ecuador.

Inclusive, Andrés Ycaza, en ese entonces presidente de la institución, anunció que el 2014 sería el año de la denominación de origen, por lo que los productores que quieran “sacar sus sellos” tendrán un 100 por ciento de descuento en el trámite.⁹⁶ Con “sacar sus sellos”, se refería a que aquellos productores que quieran tramitar nuevos productos para

⁹³ Redacción El Tiempo, “Ecuador, la tierra del chocolate”, El Tiempo, 16 de septiembre del 2016, párr. 8, <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/398014/ecuador-la-tierra-del-chocolate>.

⁹⁴ Ecuador Ministerio de Comercio Exterior, “Tratamiento de las Indicaciones Geográficas en el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) con la UE”, ficha no. 6, accedido: 5 de septiembre del 2018, <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/6-Ficha-Propiedad-Intelectual-indicaciones-geograficas-16-11-2016.pdf>.

⁹⁵ Jaime Freire, “Entrevista a ‘Papá Cacao’, parte de la historia del cacao arriba”, audio de SoundCloud, a partir de una entrevista para la Agencia Noticias Especializada en Propiedad Intelectual, 2014, 2:26, https://soundcloud.com/iepi_ecuador/entrevista-papa-cacao-parte-de-la-historia-del-cacao-arriba.

⁹⁶ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, “El año de las Denominaciones de Origen”, 23 de abril del 2014, párr. 6, <https://www.propiedadintelectual.gob.ec/el-ano-de-las-denominaciones-de-origen/>.

protegerlos como denominación de origen recibirían un descuento del 100 por ciento en sus trámites.

2.1.4. Una sorpresa desde la región insular: El Café de Galápagos

Las Islas Encantadas no son famosas únicamente por su fantástica fauna y flora. Y es que Galápagos guarda entre sus tesoros algo que ahora todo el mundo puede disfrutar en su mesa: El Café de Galápagos, el cual actualmente es otro producto que cuenta con certificación de denominación de origen. Es un producto especial, no solo por sus características, sino por la forma de producirlo:

El Café de Galápagos es de la variedad *Arábica Bourbon Antiguo*, 100% orgánico, ecológico, cultivado en las montañas volcánicas del este archipiélago. La Hacienda “El Cafetal”, en la Isla San Cristóbal, produce el café de la variedad *heirloom bourbon* a una altitud de 500 metros.

Este café es recogido cuidadosamente a mano y sólo las semillas más frescas son procesadas en la planta de la Isla San Cristóbal, usando el agua primaveral de esta isla.⁹⁷

También es especial por el clima que se da en las islas encantadas: la brisa marina, la temperatura del ambiente, la salinidad, el tipo de suelo, entre otros factores que hacen del Café de Galápagos un producto único en su especie.

Las condiciones geográficas y el ambiente único y exótico en el que se produce el café de las islas, le permitieron obtener la denominación de origen “Café de Galápagos”, que es un tipo de indicación de procedencia aplicada al producto, siendo ésta la tercera con la que cuenta el país.⁹⁸

Actualmente, se están realizando grandes esfuerzos de la mano del Ministerio de Turismo para fortalecer la cadena productiva, la comercialización y promoción del café en Ecuador y en todo el mundo.

Javier Villacís, gerente del Proyecto de Reactivación de Café y Cacao Fino de Aroma del MAGAP,⁹⁹ informó que se pretende re posicionarse al Ecuador como uno de los principales productores de café en el mundo, y como un país que puede producir todos los tipos de café.¹⁰⁰

⁹⁷ Redacción El Emprendedor, “Café de Galápagos, uno de los más caros del mundo”, El Emprendedor, accedido: 29 de agosto del 2018, párr. 7-8, <http://www.emprendedor.ec/cafe-de-galapagos-uno-de-los-mas-caros-del-mundo/>

⁹⁸ Ecuador Ministerio de Turismo, “Se trabaja para promocionar el Café de Galápagos”, 7 de diciembre del 2017, párr. 6, <https://www.turismo.gob.ec/se-trabaja-para-promocionar-al-cafe-de-galapagos/>

⁹⁹ Al año 2015.

¹⁰⁰ Ecuador Ministerio de Agricultura y Ganadería, “Galápagos tendrá su propio café de origen”, accedido: 29 de agosto del 2018, párr. 5, <http://www.agricultura.gob.ec/galapagos-tendra-su-propio-cafe-de-origen-2/>

El Café de Galápagos es un gran referente del encanto que tienen nuestras islas, y sin duda alguna se ha convertido en un apetecido producto en todo el mundo.

Otros tipos de café que podrían ser susceptibles de protección bajo denominación de origen en Ecuador, al igual que el Café de Galápagos, son el café de Carchi, Loja, Pallatanga e Intag.¹⁰¹

2.1.5. Un maní diferente: El Maní de Trans-Kutukú¹⁰²

Trans-Kutukú es una zona fronteriza entre Ecuador y Perú ubicada detrás de la cordillera del Trans – Kutukú de la provincia de Morona Santiago, donde habitan los *Pakanmaya Shuar*.¹⁰³ Esta comunidad Shuar produce un maní único en su especie: el Maní de Trans-Kutukú

El valor agregado de este producto radica, no solo en que el maní de Trans-Kutukú es la cuarta denominación de origen declarada en Ecuador, sino que desde antes los productores cuentan con una certificación que garantiza que el producto es orgánico:

Para darle valor agregado, se mantiene la certificación orgánica con la certificadora *BCS Oka Garantie* de Alemania por más de 10 años para la producción, transformación y comercialización de este producto, logrando vender el 95% de la producción con esta certificación dándole un “plus” en el precio del maní al productor.¹⁰⁴

A pesar de la promoción que se realiza a través del sector privado y de alianzas con instituciones extranjeras, no existe todavía solicitud de autorización de uso de la denominación de origen por parte de los productores del mismo.¹⁰⁵

¹⁰¹ El café Carchi es un café ligeramente dulce con aroma a especias y chocolate. El café Loja es un café robusto con tonos de chocolate, caramelo y toronja. El café Pallatanga tiene un aroma a frutos secos y panela. El café Intag posee tonos de cacao y toffee.

¹⁰² El nombre de este territorio en algunas fuentes se escribe Trans-Kutukú, y en otras Transkutukú. Para efectos del presente trabajo, nos referiremos a él como Trans-Kutukú.

¹⁰³ Territorio Indígena y Gobernanza, accedido: 25 de agosto del 2018, párr. 1, http://www.territorioindigenaygobernanza.com/necu_12.html

¹⁰⁴ Fundación Chankuap Recursos para el Futuro, “Se inició la compra de la segunda cosecha de maní de este año en el centro de acopio y transformación”, 2 de octubre del 2017, párr. 1, <http://chankuap.org/se-inicio-la-compra-de-la-segunda-cosecha-de-mani-de-este-ano-en-el-centro-de-acopio-y-transformacion/>

¹⁰⁵ María José Bucheli, entrevistada por la autora, 4 de julio de 2018. Para leer la entrevista completa, ver Anexo 1.

2.1.6. El segundo orgullo de Morona Santiago y el quinto de Ecuador: La Pitahaya de Palora

Palora es un cantón ubicado en el noroccidente de la provincia de Morona Santiago. Una parte de este cantón se encuentra dentro del Parque Nacional Sangay.¹⁰⁶ En estas tierras, se produce un fruto muy singular: la Pitahaya de Palora. Se diferencia de una pitahaya común, porque es más redonda, pequeña y tiene un sabor más dulce.

Actualmente, existen unas 385 fincas en Palora de entre 1 y 9 hectáreas que cultivan esta fruta.¹⁰⁷ De hecho, el 69% de la producción de pitahaya del país proviene de la provincia de Morona Santiago. Este producto, inclusive antes de obtener su declaratoria de denominación de origen, ha sido exportado a Estados Unidos (17%), Alemania (14%), Francia (12%), Holanda (11%), Rusia (10%), Reino Unido (9%), Canadá (8%), y al resto de la Unión Europea (19%).¹⁰⁸

El SENADI declaró la protección de la denominación de origen “Pitahaya Amazónica de Palora”, a través de la resolución No. 001-2018-SENADI-DNPI-DO de fecha 1 de junio del 2018, y se emitió el certificado de declaración de protección nro. SENADI-DO-2018-TI-001, con fecha 11 de junio del 2018. El producto que se protege es la fruta fresca de pitahaya amarilla, cultivada en el cantón Palora, con las siguientes características: peso superior o igual a 250 gramos, de un color dentro de la escala de maduración y corte de la fruta, con forma ovalada, redonda, alargada y libre de deformidades, de sabor dulce, con mamilas poco pronunciadas, libre de manchas, cicatrices y lastimaduras.¹⁰⁹

Dentro del estudio de factibilidad de la Pitahaya de Palora, se hizo una comparación entre la Pitahaya de Palora, de Santo Domingo de los Tsáchilas y de Sucúa. Se pudo determinar que la Pitahaya de Palora tiene un sabor agradable, fresco y que se queda por más tiempo en la boca, pues tiene una mayor intensidad aromática. Esto se debe al suelo franco arcilloso del cantón Palora, diferente al de Sucúa y de Santo

¹⁰⁶ Sitio web del Gobierno Autónomo Descentralizado de Palora, accedido: 28 de agosto del 2018, <http://www.palora.gob.ec/web/index.php/2016-07-06-18-01-03/ubicacion>

¹⁰⁷ Redacción Sierra Centro, “Palora, la tierra de la pitahaya que va a Estados Unidos”, El Comercio, 16 de julio del 2018, párr. 2, <https://www.elcomercio.com/actualidad/palora-tierra-pitahaya-estados-unidos.html>

¹⁰⁸ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, solicitud no. IEPI-2017-46572, trámite de registro de la denominación de origen “Pitahaya de Palora”, ingresado el 18 de julio del 2017.

¹⁰⁹ *Ibíd.*

Domingo.¹¹⁰

La declaratoria ha sido de gran importancia, pues es necesario beneficiar a los productores, tomando en consideración que, para la comercialización de la pitahaya, no existían organismos que la regulen y fomenten, por lo que “los que se llevan el mayor beneficio de la comercialización de esta fruta son los intermediarios, quienes son los que obtienen el mayor porcentaje de ganancia”.¹¹¹

2.2. El origen geográfico bajo el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación (COESC)

El COESC fue publicado en el Suplemento del Registro Oficial número 899 del 9 de diciembre del 2016 y derogó la Ley de Propiedad Intelectual del año 1998. El Libro Primero regula el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Saberes Ancestrales. El Libro Segundo trata sobre la Investigación Responsable y la Innovación Social. Y, el Libro Tercero desarrolla la Gestión de los Conocimientos.

Con relación a la protección del origen geográfico, el COESC aborda tres figuras de protección de productos de acuerdo con su origen: la denominación de origen, la especialidad tradicional garantizada, y la indicación de procedencia. Por primera vez, se incorpora en nuestra legislación la figura de la especialidad tradicional garantizada, la cual es tomada de la normativa comunitaria europea, y es reflejo de las interacciones que últimamente ha tenido nuestro país con esta comunidad.

Sin embargo, el COESC actualmente tiene muchos vacíos legales, que deberán ser posteriormente considerados dentro de un reglamento para las denominaciones de origen, las indicaciones de procedencia y la especialidad tradicional garantizada, tal como veremos a continuación.

2.2.1. La denominación de origen en el COESC

En primer lugar, es importante tomar en cuenta que la estructura para tratar las indicaciones geográficas cambió con el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, apartándose de la señalada dentro de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, en donde se señala que las indicaciones geográficas eran el género, y las denominaciones de origen se entenderían

¹¹⁰ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, solicitud no. IEPI-2017-46572.

¹¹¹ *Ibíd.*

como una especie.

No obstante, la nueva normativa no incluye mayores modificaciones que tengan un impacto en el régimen de protección del origen geográfico y, como veremos más adelante, se apega completamente a lo establecido en la Decisión 486, salvo ciertos ajustes que se innovan bajo nuestra legislación.¹¹²

a. Los requisitos de protección de la denominación de origen en el COESC

A continuación, se realiza una comparación de las definiciones bajo la normativa comunitaria andina y la legislación nacional:

Decisión 486	COESC
<p>Art. 201. - Se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.</p> <p>Art. 214. - La protección de las denominaciones de origen se inicia con la declaración que al efecto emita la oficina nacional competente.</p>	<p>Art. 428. - Definición. - Se entenderá por denominación de origen la indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, extrae o elabora, incluidos los factores naturales y humanos.</p> <p>En el caso de las denominaciones de origen homónimas, la protección se concederá a cada uno (<i>sic</i>). En el Reglamento se establecerá las condiciones para diferenciar entre sí las indicaciones o denominaciones homónimas de que se trate, tomando en cuenta la necesidad de asegurarse de que los productos interesados reciban un trato equitativo y los consumidores no sean inducidos a error.</p>

El art. 428 del COESC no cambia su redacción esencial con respecto a la contenida en el art. 201 de la Decisión 486. Empero, el COESC añade que, en caso de existir denominaciones de origen homónimas, la protección se concederá a cada producto, tal como sucede en el Acuerdo sobre los ADPIC en el caso de vinos y bebidas espirituosas.¹¹³

¹¹² María José Bucheli, entrevistada por la autora, 4 de julio de 2018. Para leer la entrevista completa, ver Anexo 1.

¹¹³ Organización Mundial de Comercio, Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad

La diferencia radica en que el COESC no limita esta disposición especial únicamente a los vinos y bebidas espirituosas, puesto que nuestra producción no está concentrada en tales productos.

Por ejemplo, es posible que esto suceda en el caso Montecristi, donde el clima es perfecto para producir, no solo finos sombreros de paja toquilla, sino también cacao fino de aroma y café de la más alta calidad. Por lo tanto, es posible que existan más de una denominación de origen “Montecristi”. Al ser esta una nueva incorporación dentro de nuestra legislación, se debería establecer en un reglamento de denominaciones de origen, las condiciones mínimas para no permitir la confundibilidad de dos denominaciones de origen homónimas, como puede ser el caso de obligar el acompañamiento de un signo gráfico que diferencie las denominaciones entre sí.

De igual manera, el reglamento debería incorporar el procedimiento a seguir en caso de que una tercera persona haya solicitado de buena fe con anterioridad una marca que lleva incluida una denominación de origen.¹¹⁴

Por otro lado, se determinan cuáles son los signos no protegibles como denominación de origen:

DECISIÓN 486	COESC
<p>Art. 202. - No podrán ser declaradas como denominaciones de origen, aquellas que:</p> <p>a) No se ajusten a la definición contenida en el artículo 201;</p> <p>b) Sean indicaciones comunes o genéricas para distinguir el producto de que se trate, entendiéndose por ello las consideradas como tales tanto por los concededores de la materia como por el público en general.</p> <p>c) Sean contrarias a las buenas costumbres o al orden público; o,</p> <p>d) Puedan inducir a error al público sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, o la calidad, reputación u otras características de los respectivos productos.</p>	<p>Art. 429. - Signos no protegibles. - No podrán ser declaradas como denominaciones de origen aquellas que:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. No se ajusten a la definición del artículo anterior; 2. Sean contrarias a la ley, a la moral, al orden público o a las buenas costumbres; 3. Puedan inducir a error al público sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, o la calidad, reputación u otras características de los respectivos productos; 4. Sean indicaciones comunes o genéricas para distinguir el producto de que se trate, cuando sean consideradas como tales por los concededores de la materia o por el público en general en el territorio ecuatoriano;

Intelectual relacionados con el Comercio, 1 de enero de 1995, “art. 23.3: En el caso de indicaciones geográficas homónimas para los vinos, la protección se concederá a cada indicación con sujeción a lo dispuesto en el párrafo 4 del artículo 22. Cada Miembro establecerá las condiciones prácticas en que se diferenciarán entre sí las indicaciones homónimas de que se trate, teniendo en cuenta la necesidad de asegurarse de que los productores interesados reciban un trato equitativo y que los consumidores no sean inducidos a error”.

¹¹⁴ María José Bucheli, entrevistada por la autora, 4 de julio de 2018. Para leer la entrevista completa, ver Anexo 1.

	<p>5. Hubiesen sido solicitadas o registradas de buena fe como marcas antes de que la denominación de origen estuviera protegida en el país de origen; y,</p> <p>6. En relación con productos vitícolas, hubiesen sido la denominación habitual de una variedad de uva existente en el territorio ecuatoriano al 1 de enero de 1995.</p>
--	--

En el COESC, se añade además de lo contemplado en la Decisión 486, los siguientes supuestos: signos contrarios a la ley y la moral; las denominaciones solicitadas o registradas de buena fe como marcas antes de que la denominación de origen estuviera protegida en el país de origen; y, en relación con productos vitícolas, aquellas que hubiesen sido la denominación habitual de una variedad de uva existente en el territorio ecuatoriano al 1 de enero de 1995.

b. De la declaración de protección de las denominaciones de origen

A continuación, revisemos la sección correspondiente a la declaración de protección:

DECISIÓN 486	COESC
<p>Art. 203. - La declaración de protección de una denominación de origen se hará de oficio o a petición de quienes demuestren tener legítimo interés, entendiéndose por tales, las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretendan amparar con la denominación de origen, así como las asociaciones de productores. Las autoridades estatales, departamentales, provinciales o municipales también se considerarán interesadas, cuando se trate de denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones.</p>	<p>Art. 430. - De la declaración. - Una denominación de origen se protegerá a partir de la declaración que al efecto emita la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales.</p> <p>Art. 431. - Del legítimo interés. - La declaración de protección de una denominación de origen se hará de oficio o a petición de quienes demuestren tener legítimo interés, entendiéndose por tales a las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la producción, extracción o elaboración del producto o de los productos que se pretenda designar con la denominación de origen, así como a las asociaciones integradas por dichas personas. Las autoridades públicas de la administración central o autónoma descentralizada también se considerarán interesadas, cuando se trate de denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones.</p>

El COESC indica que la denominación de origen se protegerá a partir de la declaración que emita la autoridad nacional competente en materia de derechos

intelectuales y, en un artículo aparte, establece quiénes tienen legítimo interés, siguiendo el mismo texto de la Decisión 486, indicando que la declaración de protección se hará de oficio, o a petición de parte, incluyendo un detalle sobre quiénes tienen legítimo interés. Sin embargo, se deja expreso que nuestro sistema es registral, por cuanto se obtiene la protección a partir de la declaración de la autoridad competente.

Hasta la presente fecha, la Dirección Nacional de Obtenciones Vegetales del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual es la oficina encargada de la declaración de las denominaciones de origen. Sin embargo, considero que no todas las denominaciones de origen necesariamente están relacionadas con obtenciones vegetales. De hecho, las obtenciones vegetales son completamente distintas de las indicaciones geográficas. Por lo tanto, la creación de la nueva Secretaría Nacional de Derechos Intelectuales es la ocasión precisa para incorporar una nueva oficina con competencia exclusiva en indicaciones geográficas.

El COESC no establece los requisitos de la solicitud de denominación de origen. La norma se remite directamente al reglamento que se deberá desarrollar para esta materia,¹¹⁵ y que debería contener como mínimo lo establecido en la Decisión 486:

Art. 204. - La solicitud de declaración de protección de una denominación de origen se hará por escrito ante la oficina nacional competente, debiendo indicar:

- a) Nombre, domicilio, residencia y nacionalidad del o los solicitantes, así como la demostración de su legítimo interés;
- b) La denominación de origen objeto de la declaración,
- c) La zona geográfica delimitada de producción, extracción o elaboración del producto que se designa con la denominación de origen;
- d) Los productos designados por la denominación de origen; y,
- e) Una reseña de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la denominación de origen.

Se espera que el reglamento de denominaciones de origen determine todos los requisitos de manera exhaustiva para la presentación de la solicitud. Además de los señalados en el art. 204 de la Decisión 486, sería importante añadir que se deberá adjuntar el manual para la producción, extracción o elaboración del producto que se pretende proteger, para que sea oponible frente a terceros a la hora de protegerlos ante vulneraciones de los derechos de propiedad intelectual. Para el posterior procedimiento, tanto la Decisión 486 como el COESC determinan que se deberá seguir con el trámite

¹¹⁵ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 432. - Remisión. - El reglamento correspondiente establecerá los requisitos de la solicitud. Admitida a trámite, se aplicará el procedimiento previsto para el registro de marcas, en lo que fuere pertinente”.

para el registro de las marcas, en especial en el examen de fondo.

Por su parte, es importante indicar que la declaración de protección puede ser modificada, pero el COESC no indica la forma, sino que se remite al reglamento y el procedimiento de declaración de protección. Este punto deberá ser enteramente desarrollado por el reglamento, pues no existen pautas dentro de la normativa comunitaria. Al respecto, el Código dispone:

Art. 434. - Modificación de la declaración de protección. - La declaración de protección podrá ser modificada en cualquier tiempo de conformidad con lo que determine este Código y el correspondiente reglamento. La modificación se sujetará al procedimiento para la declaración de protección, en cuanto corresponda.

El reglamento debería establecer el procedimiento, los requisitos para modificar la declaración de protección y la determinación de las personas que tendrían legítimo interés para solicitar tal modificación

c. De la autorización de uso de las denominaciones de origen

A continuación, analicemos los artículos relacionados con la autorización de uso de una denominación de origen:

DECISIÓN 486	COESC
<p>Art. 207. - La autorización de uso de una denominación de origen protegida deberá ser solicitada por las personas que:</p> <p>a) Directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración de los productos distinguidos por la denominación de origen;</p> <p>b) Realicen dicha actividad dentro de la zona geográfica delimitada según la declaración de protección; y,</p> <p>c) Cumplan con otros requisitos establecidos por las oficinas nacionales competentes.</p> <p>Art. 208. - La oficina nacional competente podrá otorgar las autorizaciones de uso correspondientes. La autorización de uso también podrá ser concedida por las entidades públicas o privadas que representen a los beneficiarios de las denominaciones de origen, si así lo establecen las normas nacionales.</p>	<p>Art. 435. - De la autorización. - Las personas que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración de los productos designados por una denominación de origen protegida y realicen dicha actividad dentro de la zona geográfica determinada en la declaración de protección respectiva, podrán solicitar a la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales, autorización para usar dicha denominación de origen. La autorización de uso también podrá ser concedida por las entidades públicas o privadas que representen a los beneficiarios de las denominaciones de origen, de conformidad a lo dispuesto en el reglamento que se expida para el efecto.</p> <p>Cuando la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales lo estime apropiado para el examen de la solicitud, podrá requerir información o documentos a las personas, asociaciones o autoridades, según corresponda.</p>

Se aprecia que el art. 207 de la Decisión 486 establece tres requisitos para que las

personas soliciten una autorización de uso de una denominación de origen protegida. Sin embargo, el COESC reúne los mismos requisitos en uno solo, e incluye la posibilidad de que puedan otorgarla las entidades públicas o privadas que representan a los beneficiarios de las denominaciones de origen, en concordancia con el art. 208 de la Decisión 486. A pesar de que la Decisión 486 permite a los países añadir requisitos adicionales, Ecuador se ha limitado a incluir únicamente lo especificado en este instrumento. De igual manera, se indica en el COESC que, a la hora de examinar la solicitud de autorización de uso, se podrá requerir información o documentos a los solicitantes cuando la autoridad lo estime apropiado, a pesar de que se indica, en el art. 436, que se desarrollarán los requisitos de solicitud en el reglamento correspondiente.¹¹⁶ Es importante procurar que dicho reglamento incluya todos los requisitos de solicitud de autorización de uso, pues permitir que la autoridad solicite requisitos a su arbitrio, sería contrario al principio de legalidad y, además, crearía inseguridad jurídica.

La vigencia de la autorización de uso de una denominación de origen es de diez años de acuerdo con el COESC,¹¹⁷ siendo el mismo plazo establecido en la Decisión 486,¹¹⁸ y su trámite de renovación se remite al procedimiento de registro de marcas. Por otro lado, la vigencia de la declaración de protección de una denominación de origen se regula de manera idéntica en el COESC y en la Decisión 486, y esta estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron.

Cabe anotar que el COESC, a diferencia de la Decisión 486,¹¹⁹ no regula los casos en los cuales se cancelará la autorización de uso, situaciones que se espera sean incluidas en el reglamento de la materia.

¹¹⁶ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 436. - Remisión. - El reglamento correspondiente establecerá los requisitos de la solicitud. Admitida a trámite, se aplicará el procedimiento previsto en el mismo”.

¹¹⁷ *Ibíd.*, “art. 437. - Vigencia de la autorización de uso. - La autorización de uso de una denominación de origen protegida tendrá una duración de diez años pudiendo ser renovada por períodos iguales de forma indefinida. Serán aplicables a la renovación de la autorización de uso, en lo que fuere pertinente, las disposiciones del Capítulo VI de este Título relativas a la renovación y caducidad del registro de marcas”.

¹¹⁸ Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, “art. 210. - La autorización de uso de una denominación de origen protegida tendrá una duración de diez años pudiendo ser renovada por períodos iguales, de conformidad con el procedimiento, para la renovación de marcar establecido en la presente decisión”.

¹¹⁹ Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, “art. 217. - De oficio o a solicitud de parte, la oficina nacional competente, cancelará la autorización de uso, cuando se demuestre que la misma se utiliza en el comercio de una manera que no corresponde a lo indicado en la declaración de protección respectiva. Serán de aplicación, en lo que fuere pertinente, las normas sobre cancelación de registro de marcas de la presente decisión”.

d. De los derechos y limitaciones de las denominaciones de origen

La reserva de uso se establece en igual medida, tanto en el COESC como en la Decisión 486. En ambos cuerpos normativos, se establece que el uso debe hacerse en relación con los productos designados y queda reservado exclusivamente para aquellos productores que mantienen sus actividades dentro de la zona geográfica determinada. En este punto, el Código dispone:

Art. 440. - Reserva de uso. - La utilización de una denominación de origen protegida con relación a los productos designados por ella queda reservada exclusivamente para los productores, fabricantes y artesanos que tengan sus establecimientos de producción, extracción o elaboración en la zona geográfica que se designa con dicha denominación.

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

Serán aplicables a las denominaciones de origen protegidas, en lo que fuere pertinente, las disposiciones de los artículos 367 al 372.

A diferencia de la Decisión 486, el art. 441 del COESC hace mención de la autorización de funcionamiento para las agrupaciones de beneficiarios u oficinas reguladoras. Esto implica que se está esbozando la posibilidad de que existan consejos reguladores en el país que administren las denominaciones de origen, tal como podemos observar:

DECISIÓN 486	COESC
Art. 213. - Las entidades públicas o privadas que representen a los beneficiarios de las denominaciones de origen, o aquellas designadas al efecto, dispondrán los mecanismos que permitan un control efectivo del uso de las denominaciones de origen protegidas.	Art. 441. - Autorización de funcionamiento. - La oficina nacional competente podrá autorizar el funcionamiento como agrupación de beneficiarios u oficina reguladora a aquellas organizaciones, cualquiera que sea su forma jurídica o asociativa y siempre que estén legalmente reconocidas, que lo soliciten y que cumplan con los requisitos establecidos en el reglamento correspondiente. Las entidades públicas o privadas que representen a los beneficiarios de las denominaciones de origen, o aquellas designadas al efecto, dispondrán los mecanismos que permitan un control efectivo del uso de las denominaciones de origen protegidas.

El principal rol que estos consejos tendrían sería el control efectivo del uso de las denominaciones de origen protegidas. Sin embargo, es necesario que se reglamenten las facultades que tienen los consejos reguladores para el efectivo control e incluso la administración de las denominaciones de origen protegidas, pues el término “control efectivo” es demasiado amplio y puede tener muchas implicaciones.

Con relación a la protección de bebidas espirituosas y la limitación de estos derechos, el COESC¹²⁰ lo regula en concordancia con la Decisión 486¹²¹, asegurando los mínimos de protección que establece la normativa comunitaria.

En torno a las limitaciones de la denominación de origen, el art. 440 del COESC¹²² hace referencia directa a las establecidas en el caso de registro de una marca. No obstante, es importante que, en el reglamento, se establezcan las limitaciones propias de una denominación de origen, considerando que el titular de la misma es supuestamente el Estado. A manera de ejemplo, si tomamos el texto del art. 367 numeral 4, y reemplazamos la palabra “marca” por “denominación de origen”, entonces el texto quedaría de la siguiente forma:

Art. 367. - La adquisición de la denominación de origen confiere a su titular el derecho a impedir que terceras personas realicen sin su consentimiento cualquiera de los siguientes actos: [...] 4. Usar en el comercio un signo idéntico o similar a la denominación de origen respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiera causar confusión

¹²⁰ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 443. - Denominación de origen de vinos y bebidas espirituosas. - Se prohíbe la utilización de una denominación de origen protegida que identifique vinos o bebidas espirituosas para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la denominación de origen, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la denominación de origen traducida o acompañada de expresiones tales como ‘género’, ‘clase’, ‘tipo’, ‘estilo’, ‘imitación’ u otras similares”.

¹²¹ Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, “art. 215. - Los Países Miembros prohibirán la utilización de una denominación de origen que identifique vinos o bebidas espirituosas para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la denominación de origen en cuestión, 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. Los Países Miembros no podrán impedir el uso continuado y similar de una denominación de origen de otro país, que identifique vinos o bebidas espirituosas con relación a productos o servicios, por alguno de sus nacionales que hayan utilizado esa denominación de origen de manera continua para esos mismos productos o servicios, u otros afines, en el territorio del respectivo País Miembro durante 10 años como mínimo antes del 15 de abril de 1994, o de buena fe, antes de esa fecha.”

¹²² Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 440. - Reserva de uso. - La utilización de una denominación de origen protegida con relación a los productos designados por ella queda reservada exclusivamente para los productores, fabricantes y artesanos que tengan sus establecimientos de producción, extracción o elaboración en la zona geográfica que se designa con dicha denominación. Solamente los productores, fabricantes o artesanos autorizados a usar una denominación de origen protegida podrán emplear junto con ella la expresión “DENOMINACIÓN DE ORIGEN”. Serán aplicables a las denominaciones de origen protegidas, en lo que fuere pertinente, las disposiciones de los artículos 367 al 372”.

o un riesgo de asociación con el titular del registro. Tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión.

Si bien es cierto que la remisión aplica en lo pertinente, y está en concordancia con el inciso final del art. 212 de la Decisión 486,¹²³ en estricto sentido, el texto anterior implicaría que se podría declarar la protección de una denominación de origen para servicios, y que además el riesgo de confusión y asociación se daría con el Estado en su calidad de titular de la denominación de origen, y no con la persona que ostente la autorización de uso de la denominación de origen. Por lo tanto, se deben determinar los derechos y limitaciones de manera independiente para la denominación de origen, por cuanto la titularidad y el uso de las mismas, en la práctica, es diferente con relación a una marca.

Tanto en la Decisión 486,¹²⁴ como en el COESC,¹²⁵ se regulan en igual medida las denominaciones de origen de otros países, y la subsistencia de la protección. En este punto, no se ha introducido cambio alguno, y se desarrolla de igual manera que en la antigua Ley de Propiedad Intelectual del año 1998.

2.2.2. La especialidad tradicional garantizada en el COESC

Esta figura ha sido extraída de la legislación comunitaria europea, y está regulada

¹²³ Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, “art. 212. - La utilización de denominaciones de origen con relación a los productos naturales, agrícolas, artesanales o industriales provenientes de los Países Miembros, queda reservada exclusivamente para los productores, fabricantes y artesanos que tengan sus establecimientos de producción o de fabricación en la localidad o región del País Miembro designada o evocada por dicha denominación. Solamente los productores, fabricantes o artesanos autorizados a usar una denominación de origen registrada podrán emplear junto con ella la expresión "DENOMINACIÓN DE ORIGEN." Son aplicables a las denominaciones de origen protegidas las disposiciones de los Artículos 155, 156, 157 y 158, en cuanto corresponda.”

¹²⁴ Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, “art. 219. - Tratándose de denominaciones de origen o indicaciones geográficas protegidas en terceros países, las oficinas nacionales competentes podrán reconocer la protección, siempre que ello esté previsto en algún convenio del cual el País Miembro sea parte. Para solicitar dicha protección, las denominaciones de origen deben haber sido declaradas como tales en sus países de origen.”, “Art. 220. - Las denominaciones de origen protegidas conforme a lo previsto en la presente decisión, no serán consideradas comunes o genéricas para distinguir el producto que designan, mientras subsista dicha protección en el país de origen.”

¹²⁵ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 445. - Denominaciones de origen de otros países. - Tratándose de denominaciones de origen protegidas en países diferentes de los señalados en el artículo anterior, la autoridad nacional competente en materia de derechos intelectuales podrá reconocer la protección de dichas denominaciones, siempre que ello estuviere previsto en algún convenio internacional vigente para el Ecuador. A los efectos del inciso anterior, no se protegerán las denominaciones de origen que no estuvieren protegidas o hubiesen dejado de estarlo en su país de origen, o que hubiesen caído en desuso en ese país.”, “Art. 446. - Subsistencia de la Protección. - Las denominaciones de origen protegidas conforme a lo previsto en el presente Capítulo no serán consideradas comunes o genéricas para distinguir el producto que designan, mientras subsista dicha protección en el Ecuador o en el país de origen”.

en el reglamento de la Unión Europea No 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo del 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios. El objetivo de este reglamento es informar a los compradores y a los consumidores de las características y las cualidades de producción de los productos, garantizando la competencia leal, la accesibilidad de los consumidores a información fiable relativa a tales productos, respeto a los derechos de propiedad intelectual, y la integridad del mercado interior.¹²⁶

Dicho reglamento establece los regímenes de calidad como base para la identificación y protección de denominaciones que indiquen o describan productos agrícolas con características que confieran valor añadido o atributos que aporten valor añadido como consecuencia de las técnicas agrarias o de los métodos de transformación utilizados para su producción, o de su lugar de producción o de comercialización.¹²⁷ Por lo tanto, se regulan las denominaciones de origen, las indicaciones geográficas, y también las especialidades tradicionales garantizadas.

El régimen de especialidades tradicionales garantizadas tiene la intención de “proteger los métodos de producción y las recetas tradicionales ayudando a los productores de productos tradicionales a comercializar sus productos y a informar a los consumidores de los atributos de sus recetas y productos tradicionales que les confieran valor añadido”.¹²⁸

Por otro lado, en la introducción de esta nueva figura a nuestra legislación, se ha definido a las especialidades tradicionales garantizadas, como:

¹²⁶ El Reglamento de la Unión Europea sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios tiene por objeto ayudar a los productores de productos agrícolas y alimenticios para que informen a los compradores y consumidores de las características y las cualidades de producción de dichos productos, garantizando así: a) una competencia leal para los agricultores y productores de productos agrícolas y de alimentos que presenten características y atributos con valor añadido; b) la accesibilidad de los consumidores a información fiable relativa a tales productos; c) el respeto de los derechos de propiedad intelectual, y d) la integridad del mercado interior. Las medidas establecidas en el presente Reglamento pretenden respaldar las actividades agrarias y de transformación y los métodos de producción asociados a los productos de alta calidad, contribuyendo así a la realización de los objetivos de la política de desarrollo rural.

¹²⁷ El reglamento establece unos «regímenes de calidad» como base para la identificación y, en su caso, protección de nombres y términos que, en particular, indiquen o describan productos agrícolas con: a) características que confieran valor añadido, o b) atributos que aporten valor añadido como consecuencia de las técnicas agrarias o de los métodos de transformación utilizados para su producción, o de su lugar de producción o de comercialización.

¹²⁸ Unión Europea, Reglamento de la Unión Europea No 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo del 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, art. 17.

Art. 447. - Definición. - Se entenderá por Especialidad Tradicional Garantizada (ETG), a la identificación del tipo de producto agrícola o alimenticio que cuenta con características específicas debido a que ha sido producido a partir de materias primas o ingredientes tradicionales, o, cuenta con una composición, elaboración o producción o transformación tradicional o artesanal que correspondan a la identidad cultural práctica tradicional aplicable a ese producto o alimento.

La protección como especialidad tradicional garantizada otorga el derecho a incorporar en el etiquetado o en cualquier otro tipo de publicidad que promocióne al producto la indicación “Especialidad Tradicional Garantizada” o sus siglas “ETG”.

En Ecuador, tenemos un sinnúmero de productos alimenticios y agrícolas con características especiales por el uso de ingredientes tradicionales para su elaboración, que también debe ser artesanal. Un ejemplo son los dulces de Rocafuerte, provenientes de una localidad manabita cuya población vive gracias a la producción artesanal de dulces que son famosos a nivel nacional, gracias a su delicioso sabor y su elaboración, que está llena de tradición.

Las madres oblatas fueron quienes les enseñaron a los pobladores de la localidad de Rocafuerte a preparar estos dulces, y estos conocimientos han sido transferidos directamente de generación en generación. Antiguamente, estos dulces se hacían en horno de leña, y las familias que se dedican desde hace muchos años a prepararlos mantienen todavía las tradiciones de ese entonces, para no alterar la esencia del producto. Por ejemplo, todavía se utilizan las palas de madera para mecer el dulce de leche, pues otro material alteraría el color y sabor del producto. De igual manera, se emplean ingredientes naturales, como la leche obtenida directamente de la vaca.¹²⁹

Como podemos ver, los dulces de Rocafuerte cumplen con las características que el COESC establece para la especialidad tradicional garantizada, pues estas se deben distinguir de otros productos parecidos que pertenecen a la misma categoría, por el uso de materias primas, composición, elaboración y procesos de producción tradicionales,¹³⁰ pero cuyas características no se deben esencialmente a una zona geográfica delimitada. Así, se puede elaborar dulces de Rocafuerte no solo en esa localidad, sino también en sus alrededores, y no por ello deja de ser un dulce de Rocafuerte. En este contexto, el Código señala:

¹²⁹ Canal de Youtube del Instituto Iberoamericano del Patrimonio Cultural y Natural IPANC CAB, “Los dulces patrimoniales de Rocafuerte”, video de YouTube, documental, 2017, 5:52, <https://youtu.be/BPbuHw1u2Ew>.

¹³⁰ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, art. 452.

Art. 448. - Características de una especialidad tradicional garantizada. - Las características de una especialidad tradicional garantizada constituyen el elemento o conjunto de elementos por los que el producto agrícola o alimenticio se identifique (*sic*) distingue claramente de otros parecidos, que pertenecen al mismo tipo la misma categoría. Estas características diferenciales se deben al uso de las materias primas, composición, elaboración o procesos de producción tradicionales, no ligados a una zona geográfica delimitada.

No se podrá registrar como especialidad tradicional garantizada un producto agrícola o alimenticio cuyas características específicas se limiten únicamente a su procedencia u origen geográfico.

En el mismo sentido, el Reglamento de la Unión Europea indica que serán registrables como especialidad tradicional garantizada, aquellos productos alimenticios que sean el resultado de un método de producción, transformación o composición que correspondan a la práctica tradicional aplicable a ese producto o alimento, o que estén elaborados con materias primas o ingredientes que sean los utilizados tradicionalmente.

Sin embargo, es importante que, en el reglamento para las especialidades tradicionales garantizadas que en el futuro se expida, se desarrollen los criterios y las características que debe tener una especialidad tradicional garantizada, y el procedimiento para casos especiales, como, por ejemplo, el citado en el art. 18.3 del Reglamento europeo, que establece el procedimiento que se debe seguir en caso de que haya productos comparables o que compartan un nombre idéntico o similar.¹³¹

Por otro lado, el COESC determina taxativamente aquellas identificaciones que no podrán ser declaradas como especialidad tradicional garantizada:

Art. 449. - Signos no protegibles. - No podrán ser declaradas como especialidad tradicional garantizada aquellas que:

1. No se ajusten a la definición del artículo 447 de este cuerpo legal; y,
2. En relación con productos agrícolas, hubiesen sido previamente registrados como variedad vegetal.

En este punto, se debería también incluir lo establecido en el segundo inciso del art. 448, es decir, no podrían ser declaradas como especialidad tradicional garantizada aquellas denominaciones de productos agrícolas o alimenticios cuyas características

¹³¹ Unión Europea, Reglamento de la Unión Europea No 1151/2012, “art. 18.3. Con objeto de distinguir productos comparables o productos que compartan un nombre idéntico o similar, en caso de que durante el procedimiento de oposición en virtud del artículo 51 quede demostrado que el nombre también se utiliza en otro Estado miembro o en un tercer país, la decisión sobre el registro que se adopte de conformidad con el artículo 52, apartado 3, podrá estipular que el nombre de la especialidad tradicional garantizada vaya acompañado de la mención «elaborado según la tradición de» inmediatamente seguida por el nombre del país o la región correspondiente”.

específicas se limiten únicamente a su procedencia u origen geográfico.

En la misma sección, el COESC regula la solicitud de registro de la especialidad tradicional garantizada, en donde se indica quiénes son los legitimados para solicitarla, siendo estos los organismos que se dedican a la composición, producción o elaboración del producto. En efecto, la norma establece:

Art. 450. - De la solicitud de registro. - La solicitud de una especialidad tradicional garantizada se hará a petición de una agrupación de productores o fabricantes, entendiéndose por tales a las agrupaciones que directamente se dediquen a la composición, producción o elaboración del producto que se pretenda proteger como especialidad tradicional garantizada.

Una agrupación sólo podrá presentar una solicitud de registro para los productos agrícolas o alimenticios que produzca u obtenga.

No se encuentra en el COESC un detalle de lo que se debe contener la solicitud, y esto debería estar regulado en el reglamento. Sin embargo, se menciona que dicha solicitud deberá incluir un pliego de condiciones,¹³² que, a pesar de entenderse al mismo como el conjunto de requisitos que el producto debe reunir, en la ley no se lo define como tal, y sería una oportunidad para incluirlo también en el reglamento de especialidades tradicionales garantizadas. Como referencia, podríamos tomar los requisitos que se solicita de acuerdo con el artículo 20 del Reglamento de la Unión Europea:

Contenido de las solicitudes de registro:

1. Las solicitudes de registro de especialidades tradicionales garantizadas que se contemplan en el artículo 49, apartados 2 o 5, comprenderán lo siguiente:
 - a) el nombre y la dirección de la agrupación solicitante;
 - b) el pliego de condiciones del producto que se regula en el artículo 19.
2. El expediente de solicitud que prevé el artículo 49, apartado 4, contendrá lo siguiente:
 - a) los elementos que se indican en el apartado 1 del presente artículo, y
 - b) una declaración del Estado miembro en la que se haga constar que la solicitud presentada por la agrupación y objeto de una decisión favorable cumple las condiciones del presente Reglamento, así como las disposiciones adoptadas en virtud del mismo.

El COESC únicamente establece los elementos mínimos que deberán contener los pliegos de condiciones,¹³³ y también el procedimiento que se deberá seguir para su

¹³² Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 451. - Del pliego de condiciones para la solicitud de especialidad tradicional garantizada. - Todo producto agrícola o alimenticio que pretenda el registro como especialidad tradicional garantizada (ETG), debe ceñirse al pliego de condiciones de la agrupación de productores o fabricantes solicitante. Este deberá ser presentado conjuntamente con los demás requisitos que para el efecto establezca el Reglamento.”

¹³³ *Ibid.*, “art. 452. - Contenido del Pliego de Condiciones. - El pliego de condiciones de la especialidad tradicional garantizada contendrá como mínimo los elementos siguientes: 1. El nombre de la especialidad tradicional garantizada. Para ser registrado, el nombre deberá: a. Ser específico por sí mismo; b. expresar las características específicas del producto agrícola o del producto alimenticio; c. ser tradicional

solicitud, el cual será el mismo que el señalado para las indicaciones geográficas.¹³⁴ Curiosamente, en el COESC, nunca aparece una definición expresa de indicaciones geográficas, entendiéndose que el legislador se refiere a las denominaciones de origen, pues como se postula en el presente trabajo, en el caso de las indicaciones de procedencia, no debería aplicarse ningún tipo de procedimiento, pues no debería ser autorizado su uso.

Dentro de la regulación de la especialidad tradicional garantizada se prevé la posibilidad de interponer un reclamo de alerta, en los siguientes términos:

Art. 454. - Reclamo por el mal uso de la Especialidad Tradicional Garantizada. - Cualquier persona interesada podrá interponer un reclamo de alerta ante la respectiva agrupación de productos y fabricantes de la (ETG), quienes de ser el caso deberán tomar las medidas necesarias para garantizar la identidad de la Especialidad Tradicional Garantizada o el engaño al consumidor.

Cabe destacar que, en este reclamo de alerta, la autoridad competente en materia de propiedad intelectual no interviene en el proceso, y se trataría de una instancia particular.

Por otro lado, el COESC no determina el régimen de protección de la especialidad tradicional garantizada, y los actos que se deberán seguir en caso de uso indebido, imitación o evocación de las especialidades tradicionales garantizadas que están debidamente registradas, tal como lo hace el reglamento de la Unión Europea en el artículo 24:

1. Los nombres registrados serán protegidos contra todo uso indebido, imitación o evocación y contra cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor.
2. Los Estados miembros garantizarán que las denominaciones de venta que se utilicen a nivel nacional no puedan confundirse con nombres que hayan sido registrados.
3. La Comisión podrá adoptar actos de ejecución que establezcan normas para la protección de las especialidades tradicionales garantizadas. Dichos actos de ejecución se adoptarán de conformidad con el procedimiento de examen al que se refiere el artículo 57, apartado 2.

y ajustarse a las disposiciones nacionales o estar consagrado por el uso. No podrá registrarse el nombre que: a. se refiera solamente a requerimientos de carácter general utilizadas para un conjunto de productos agrícolas o alimenticios; b. sea engañoso, o haga referencia a una característica evidente del producto que no corresponda al pliego de condiciones. 2. Descripción del producto agrícola o alimenticio que incluya sus principales características físicas, químicas, microbiológicas u organolépticas. 3. Descripción del método de composición, elaboración o producción que deben seguir los productores, incluidos. 4. Descripción de la naturaleza y las características de la materia prima o los ingredientes utilizados. 5. Descripción del método de elaboración del producto agrícola o alimenticio. 6. Descripción de los elementos clave que definan las características específicas del producto y, en su caso, el referente utilizado. 7. Descripción de los elementos clave que demuestren el carácter tradicional del producto. 8. Descripción de los requisitos mínimos y los procedimientos de control y regulación de las características específicas que debe contener el producto.”

¹³⁴ *Ibíd.*, “art. 453. - Procedimiento. - El procedimiento para el trámite de la solicitud será el mismo señalado para el de indicaciones geográficas, con las salvedades que establezca el reglamento respectivo.”

2.2.3. La indicación de procedencia en el COESC.

De acuerdo con el COESC, las indicaciones de procedencia pueden ser “un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado”. El COESC también regula las el uso engañoso de la indicación de procedencia en el comercio,¹³⁵ y el derecho a comunicar el lugar de fabricación de los productos,¹³⁶ de manera idéntica a lo que establece la Decisión 486. Empero, el COESC incluye un artículo sobre el procedimiento de trámite de la solicitud de indicaciones geográficas, lo cual contraría la naturaleza de la indicación de procedencia.

Por lo tanto, es imposible que se deba iniciar un procedimiento para tramitar el registro de la indicación de procedencia “Hecho en Ecuador”, pues todos los fabricantes y productores tienen derecho a indicar el origen de su producto, siempre que no induzca a error al consumidor. En el caso de las denominaciones de origen, es completamente necesario que se incorpore en la legislación el procedimiento para solicitarlas, pues, por su naturaleza misma y por su objeto de protección, es necesario realizar un análisis pormenorizado que permita a la autoridad, emitir el certificado de protección de la denominación de origen. En el caso de las indicaciones de procedencia, si un chocolate es fabricado en Ecuador, no hay más análisis que realizar, y el fabricante tiene derecho a incluir esta información en su producto.

No obstante, las infracciones que se pueden dar en torno al mal uso de una indicación de procedencia sí deberían estar normadas, por cuanto se pueden dar situaciones de engaño o imitación que induzcan a error al consumidor, las cuales en Ecuador están reguladas por la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.¹³⁷

¹³⁵ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 456. - Restricciones de uso. - Una indicación de procedencia no podrá usarse en el comercio en relación con un producto o un servicio, cuando fuere falsa o engañosa con respecto a su origen o cuando su uso pudiera inducir al público a confusión con respecto al origen, procedencia, calidad o cualquier otra característica del producto o servicio. A efectos de lo dispuesto en el párrafo anterior, también constituirá uso de una indicación de procedencia en el comercio el que se hiciera en la publicidad y en cualquier documentación comercial relativa a la venta, exposición u oferta de productos o servicios.”

¹³⁶ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 457. - Divulgación del origen. - Toda persona podrá indicar su nombre o su domicilio sobre los productos que comercialice, aun cuando estos provinieran de un país, región, localidad o lugar diferente, siempre que dicho nombre o domicilio se presentare acompañado de la indicación precisa, en caracteres suficientemente destacados, del país, región, localidad o lugar de fabricación o de producción de los productos o de otra indicación suficiente para evitar cualquier error sobre el verdadero origen de los mismos.”

¹³⁷ Ecuador, Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado, Registro Oficial 555, Suplemento, 13 de octubre del 2011, “Art. 27. - Prácticas Desleales. - Entre otras, se consideran prácticas

En la protección de las indicaciones geográficas juega un papel fundamental el Derecho de la competencia desleal, tanto en los supuestos en los que existe protección como modalidad específica de propiedad industrial o como marca de certificación, garantía o colectiva, como en aquellos en los que no existe dicha protección específica y un término geográfico se utiliza como indicación de procedencia [...].¹³⁸

Por lo tanto, en el caso de las indicaciones de procedencia, cabe proteger los derechos de las personas, en especial de los consumidores, a través del régimen de competencia desleal.

Cuando las indicaciones geográficas están protegidas por un derecho de exclusiva su protección en la Ley de competencia desleal complementará su protección, de un lado, cuando concurren circunstancias fácticas adicionales que no configuran la conducta que ha de enjuiciarse como violación del derecho, ya sea como modalidad específica de propiedad industrial o como marca, y de otro lado, para ejercitar acciones no reconocidas o no reconocidas a determinados perjudicados por la normativa de propiedad industrial.¹³⁹

Un caso concreto de protección de una indicación de procedencia sería cuando un productor de mariscos menciona que su camarón es supuestamente producido en Salinas en la provincia de Santa Elena, pero en realidad es producido en Playas de Villamil, en la provincia del Guayas. En ese caso, es necesario proteger al consumidor por actos de engaño de acuerdo con el art. 27 de la Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado.

2.3. La problemática que la legislación ecuatoriana enfrenta con relación a la protección del origen

Si bien es cierto, hay nuevas incorporaciones al COESC que son novedosas. Sin embargo, eso no significa que la codificación es perfecta y no tiene vacíos o temas que deben desarrollarse. Con el COESC tal como se encuentra vigente al día de hoy, no es posible saber quién es el titular de la declaración de protección de una denominación de origen, no existe una coherencia en la clasificación de las distintas figuras de protección del origen, sin mencionar que no se consideran nuevos objetos de protección del origen, ni tampoco se aplica de manera adecuada en la práctica.

desleales, las siguientes: 1. - Actos de confusión [...] 2. - Actos de engaño [...] 3. - Actos de Imitación [...] 4. - Actos de denigración [...] 5. - Actos de comparación [...] 6. - Explotación de la reputación ajena [...] 7. - Violación de secretos empresariales [...] 8. - Inducción a la infracción contractual [...] 9. - Violación de normas. - [...] 10. - Prácticas agresivas de acoso [...].”

¹³⁸ Palau, “La protección de las indicaciones geográficas y su relación con el derecho de marcas y de la competencia desleal”, 76.

¹³⁹ Íbid, 76.

2.3.1. La titularidad de la protección de origen geográfico

En el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, se establece que, para que una persona pueda solicitar la declaración de protección de una denominación de origen, debe tener legítimo interés:

Art. 431. - Del legítimo interés. - La declaración de protección de una denominación de origen se hará de oficio o a petición de quienes demuestren tener legítimo interés, entendiéndose por tales a las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la producción, extracción o elaboración del producto o de los productos que se pretenda designar con la denominación de origen, así como a las asociaciones integradas por dichas personas. Las autoridades públicas de la administración central o autónoma descentralizada también se considerarán interesadas, cuando se trate de denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones.

Esto significa que —dejando de lado las autoridades públicas mencionadas— únicamente la pueden solicitar quienes participen en la cadena de producción del producto, esto es, quienes se dediquen a la producción, extracción o elaboración del mismo. Sin embargo, el Código no establece las personas que son titulares de dicha declaración, una vez que ha sido efectuada. ¿Significa, entonces, que el titular es el Estado? Veamos cuál es el carácter de las indicaciones geográficas con respecto a su titularidad:

Esta categoría de derechos de Propiedad Industrial pudiese calificarse como de carácter “colectivo”, ya que el uso exclusivo y la titularidad de la indicación geográfica los tienen las personas naturales o jurídicas (comunidad o asociación) que directamente se dedican a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretendan amparar con la denominación de origen. No hay derechos exclusivos de las personas dentro de las respectivas circunscripciones de las denominaciones de origen. Esta figura se pudiese aplicar a la producción y comercialización de los productos alimenticios indígenas, y algunas expresiones indígenas, reconociéndose a través de esta figura la titularidad y los beneficios al pueblo indígena que se deriven de su comercialización, pero no al universo de los conocimientos tradicionales.¹⁴⁰

Tomando en consideración lo antes citado, significaría que la titularidad de la denominación de origen debería corresponder a las comunidades o asociaciones que, en la práctica, son quienes han producido estos conocimientos y los transforman en un producto. En la legislación argentina, es posible, por ejemplo, que la indicación geográfica sea requerida a favor de una colectividad:

¹⁴⁰ Daniel Octavio Salazar Loggiodice, “Propiedad intelectual y Conocimientos Tradicionales Indígenas”, (Saarbrücken, Editorial Académica Española, 2011), 41.

Como consecuencia de su naturaleza, las indicaciones geográficas deben tener su reconocimiento requerido por personas jurídicas (entidades de clase, asociaciones, institutos, etc.), que congregan a los productores de determinada región o localidad. En casos excepcionales se admite que el registro sea requerido individualmente. La regla, no obstante, es que el registro de indicaciones geográficas sea requerido en favor de una colectividad. Así, el uso de una indicación geográfica por parte de un grupo acarreará su fortalecimiento en el mercado.¹⁴¹

En Ecuador, la legislación no menciona nada sobre la titularidad de las indicaciones geográficas, pero el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (hoy, Servicio Nacional de Derechos Intelectuales), en sus publicaciones institucionales, afirma que el Estado ecuatoriano es el titular de las mismas, y que los interesados pueden solamente obtener la declaratoria de protección.¹⁴² Del mismo modo, en los certificados de declaración de protección, la Dirección Nacional de Propiedad Industrial declara que la titularidad de la denominación de origen le pertenece al Estado ecuatoriano, puesto que, en la resolución respectiva, se reconoce dicha titularidad, sin que esté debidamente motivada.¹⁴³ Por lo tanto, es necesario que la titularidad de la denominación de origen sea incluida dentro de la norma, para que el reconocimiento de la titularidad de la denominación de origen se encuentre debidamente motivado dentro del acto administrativo.

Considero que el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual ha malinterpretado el aparente vacío en nuestra legislación en relación con la titularidad de la declaración de protección de una denominación de origen. Esta posición, en ciertos casos podría, inclusive, ser contraria al art. 322 de la Constitución de la República, que prohíbe la apropiación de los conocimientos colectivos y saberes ancestrales.¹⁴⁴ Si la titularidad es del Estado, como sería la posición oficial en Ecuador, podría existir una apropiación, la cual sería inconstitucional. Por lo tanto, correspondería que la normativa señale, de manera expresa, quién es el titular de las denominaciones de origen.

2.3.2. Falta de clasificación teórica en la legislación

Como podemos ver, el COESC incluye tres figuras de protección del origen: las

¹⁴¹ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 85.

¹⁴² Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, “Propiedad Intelectual: Historia, Desarrollo, Ecuador”, 93.

¹⁴³ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, solicitud no. IEPI-2017-46572.

¹⁴⁴ Luis Parraguez Ruiz, “Régimen Jurídico de los bienes”, (Quito: Ediciones Iuris Dictio, 2015), 104.

denominaciones de origen, las indicaciones de procedencia, y las especialidades tradicionales garantizadas.

Este cuerpo normativo reconoce que la denominación de origen es una especie, y que la indicación geográfica es el género. Pero esto se da, no por la apropiada clasificación dentro de la propia norma, sino porque la definición no difiere mucho de la establecida dentro de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. De hecho, en esencia, es la misma estructura y redacción, salvo pequeñas diferencias que no cambian el sentido o el espíritu del texto.

En mi opinión personal, la legislación de propiedad intelectual vigente no clasifica adecuadamente las figuras de protección del origen geográfico. Lo correcto sería que el capítulo corresponda a las *indicaciones geográficas* y, dentro de dicho capítulo, se detalle el procedimiento para solicitar cualquier tipo de indicación geográfica, incluyendo las denominaciones de origen, como una de sus especies.

2.3.3. Exclusión de protección de los servicios

Las indicaciones geográficas son susceptibles de proteger diversos tipos de bienes tangibles. Su misma definición revela este carácter:

Art. 428. - Definición. - Se entenderá por denominación de origen la indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada *para designar un producto originario de ellos*, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, extrae o elabora, incluidos los factores naturales y humanos.

En este punto, resultaría muy innovador para el país incluir la protección del origen de servicios, pues esto sería un importante punto de partida para destacar el prestigio de ciertos servicios que son famosos por su lugar de origen.

La norma no prevé la posibilidad de que se protejan servicios bajo el régimen del origen geográfico, y jurisprudencia y la doctrina poco han desarrollado sobre el tema. No obstante, a partir de una denominación de origen es posible estructurar un sistema de impulso de los productos protegidos con una denominación de origen, como el caso de España y las rutas gastronómicas:

Esta modalidad de turismo despertó con fuerza la atención de estudiosos de diferentes partes del mundo después de la realización del Congreso Mundial de Turismo Gastronómico realizado por la Organización Mundial del Turismo (OMT), en Chipre en 2000. Se puede definir como las (*sic*) visita a productores primarios y secundarios de

alimentos, festivales gastronómicos, restaurantes y lugares específicos donde la degustación de platos y/o experimentación de los atributos de una región especializada en la producción de alimentos es la razón principal para la realización del viaje.¹⁴⁵

Bajo esta perspectiva, imaginemos un escenario de turismo gastronómico y vivencial en Manabí, Ecuador, en donde los turistas pueden hacer una ruta marcada por las distintas denominaciones de origen existentes, e incluso las especialidades tradicionales garantizadas de la zona. Solo por nombrar unas pocas posibilidades: llegar a Manta para degustar un delicioso *corviche*, para después pasar por Montecristi, y posar con un Sombrero de Montecristi, mientras se relaja con una taza de café de Montecristi, y degusta una deliciosa tableta de chocolate elaborado con Cacao Arriba de la provincia de Manabí, para después viajar a Rocafuerte y probar los exquisitos dulces típicos de la zona. Este ejemplo puede ser perfectamente replicado y establecido como un servicio en cada provincia del país, con ayuda del sector turístico y del Estado, lo cual devendría en una posible denominación de origen de un servicio.

La forma de establecer los parámetros bajo los cuales se prestan los servicios debería ser reglamentada y especificada a través de un estudio de factibilidad que demuestre que un servicio en determinada zona es distintivo, por el lugar en donde se presta.

2.3.4. Falta de aplicación de la ley en la práctica

A pesar de que el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual ha intentado hacer sus mejores esfuerzos para conseguir la difusión y consecuente aplicación que merecen las indicaciones geográficas, creo que están lejos de las metas que se han planteado:

Considerando que el Ecuador es un país megadiverso por naturaleza y la diversidad cultural que presenta en sus diferentes regiones, permiten identificar productos que pueden protegerse bajo este paraguas de Propiedad Intelectual como un mecanismo de desarrollo para las diferentes localidades y/o comunidades.¹⁴⁶

Escribir artículos en páginas web, hacer entrevistas, lanzar libros de pasta lujosa, promocionar actividades a través de redes sociales y producir series audiovisuales no es

¹⁴⁵ Genoveva Millán Vázquez de la Torre y Eva María Agudo Gutiérrez, “El turismo gastronómico y las Denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso”, en Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos, Vol. 8 No. 1 Págs. 91-112, 2010, <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/8411/millan1.pdf?sequence=1>

¹⁴⁶ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, “Denominación de Origen”, párr. 8.

suficiente para que el régimen del origen geográfico sea promovido en el país. Es importante que se cree una unidad especializada dentro del SENADI con personal especializado que pueda realizar un trabajo de campo apropiado, sin necesidad de recurrir a otras carteras de Estado. De esta manera, se podría simplificar y efectivizar la declaración de protección de una denominación de origen en un solo trámite, evitando de esta manera la excesiva burocracia. La aspiración del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual y de su Dirección Nacional de Obtenciones Vegetales es:

[C]onseguir que cuando se mencione las palabras: “Sombrero Montecristi” o simplemente “Montecristi”, se identifique al lugar de origen que es Ecuador. Para conseguir ese objetivo se necesita una gran plataforma de comunicación y difusión que es la que se está construyendo en el país, que tiene muchas aristas como la capacitación a los productores internos y su difusión sumada a las campañas internacionales que deben activarse.¹⁴⁷

Sin embargo, considero que estas aspiraciones han quedado en letra muerta, pues no existen tales capacitaciones a productores internos, al menos de manera regular, y mucho menos se han activado campañas internacionales. Todo esto es consecuencia directa de no tener una dirección al interior de la institución dedicada exclusivamente a las indicaciones geográficas y, en consecuencia, a las denominaciones de origen y especialidades tradicionales garantizadas.

Como vimos, la naturaleza del origen geográfico es la de un signo distintivo, y como mecanismo de protección al fabricante y al consumidor. La falta de promoción del origen geográfico en Ecuador tiene como consecuencia que el productor no lo utilice como una herramienta para promocionar sus productos, y la falta de capacitación del mismo tiene como consecuencia que ni el productor ni el consumidor puedan reclamar sus derechos adecuadamente.

El caso de la denominación de origen “Maíz Blanco Gigante del Cuzco” en Perú ha tenido un impacto positivo. Se determinó que se ha conseguido posicionar el producto en la industria de los *snacks* en Lima y Cuzco, se ha fortalecido la coordinación y la gestión de las instituciones del valle, y existen expectativas positivas en torno a la mejora de los precios y la apertura de nuevos nichos de mercado. Por su parte, se ha tomado mayor conciencia del valor del producto, cultura y conocimientos tradicionales, resultando en un productor con buena autoestima, marcada identidad territorial y el

¹⁴⁷ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, “Denominación de Origen”, párr. 4.

orgullo de practicar saberes ancestrales que son parte de su legado histórico.¹⁴⁸ Lo mismo podría suceder en Ecuador con un buen impulso por parte de las entidades estatales.

En el país, contamos con diversos productos que pueden ser protegidos a través de una denominación de origen o de una especialidad tradicional garantizada. A continuación, se expone un cuadro ejemplificativo, el cual es una mera sugerencia y no implica una afirmación sobre la posibilidad de declarar la denominación de origen o la especialidad tradicional garantizada, tomando en consideración que son necesarios estudios técnicos de factibilidad:

Gráfico 3

Cuadro de posibles denominaciones de origen y especialidades tradicionales garantizadas en Ecuador

DENOMINACIONES DE ORIGEN	
ZONA GEOGRÁFICA	PRODUCTO O SERVICIO
Loja	Café de Loja
Zaruma	Café de Zaruma
Pichincha	Rosas de Cayambe
Amazonía	Joyas de Tagua de la Amazonía
Otavaló	Poncho de Otavaló ¹⁴⁹
Bolívar	Pájaro Azul
Zuleta	Tejidos de Zuleta
ESPECIALIDAD TRADICIONAL GARANTIZADA	
TIPO DE PRODUCTO	NOMBRE
Alimenticio	Dulces de Rocafuerte
Alimenticio	Allullas de Latacunga ¹⁵⁰
Alimenticio	Rompepe de cacao manabita
Alimenticio	Dulces cuencanos del Corpus Christi ¹⁵¹
Alimenticio	Ceviche manabita
Alimenticio	Bizcochos de Cayambe
Alimenticio	Cocadas de Esmeraldas
Alimenticio	Melcochas de Baños
Alimenticio	Corviche manabita ¹⁵²

Fuente: El Universo, El Telégrafo y El Comercio

¹⁴⁸ Palau Ramírez, “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”, 38.

¹⁴⁹ Redacción Moda, “Otavaleña impone su marca en diseños hechos a mano”, El Universo, 23 de marzo del 2017, <https://www.eluniverso.com/tendencias/2017/03/23/nota/6102670/otavaleña-impone-su-marca-disenos-hechos-mano>.

¹⁵⁰ Redacción Regional Centro, “Las tradicionales allullas refuerzan el nombre turístico de Latacunga”, El Telégrafo, 17 de agosto del 2014, <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/las-tradicionales-allullas-refuerzan-el-nombre-turistico-de-latacunga>.

¹⁵¹ Redacción Cuenca, “Los dulces cuencanos del Corpus Christi tienen nombres singulares”, El Comercio, 19 de junio del 2014, <https://www.elcomercio.com/actualidad/dulces-cuencanos-corpuschristi-turismo.html>

¹⁵² Ecuador Ministerio de Cultura y Patrimonio, “Corviche”, Wiki de Patrimonio Alimentario, accedido: 5 de septiembre del 2018, <http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Corviche>.

Elaboración: propia

En definitiva, el Ecuador tiene mucha materia prima que explotar, mucho conocimiento tradicional que aplicar, y mucho que mostrar al mundo entero. Las figuras de protección del origen son una herramienta eficaz para este propósito. Es hora de que el Estado ecuatoriano se enfoque verdaderamente en concientizar al productor ecuatoriano sobre el valor agregado que puede aportar al país.

Capítulo tercero

3. Hacia un nuevo régimen de protección de origen geográfico

Ecuador posee cinco declaraciones de protección de denominaciones de origen: el Sombrero de Montecristi, Cacao Arriba, Café de Galápagos, Maní de Trans-Kutukú y la Pitahaya de Palora. Considerando toda la riqueza natural del país, los conocimientos tradicionales y las ganas de emprender de nuestra gente, cinco declaraciones de protección no son proporcionales a nuestra realidad, tomando en cuenta que, desde hace cuatro años, el antiguo Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual ya pretendía promover el registro de denominaciones de origen en el país.

Tal como se analizó en el capítulo anterior, el nuevo Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación no ha aportado cambios significativos para el régimen de protección del origen geográfico en el país y se ajusta a lo establecido en la Decisión 486, salvo la incorporación de las especialidades tradicionales garantizadas.

No solo es necesaria una nueva reforma al COESC en relación con la estructura y clasificación del origen geográfico, sino que el reglamento debería establecer un procedimiento exclusivo para las indicaciones geográficas, sin hacer remisiones a los procedimientos de otros signos distintivos, pues, a pesar de que se trata de propiedad intelectual, no podemos comparar una marca con una denominación de origen, debido a que sus objetivos son diferentes.

Ya sea a través de una reforma, o de la reglamentación, es necesario llenar los vacíos legales del COESC de manera expresa, como por ejemplo indicar la titularidad del origen geográfico, normar el papel de los consejos reguladores y sus facultades en la administración de una denominación de origen, delimitar el alcance de protección del origen geográfico, incluyendo a los servicios, o eliminar aquellas normas que sean confusas para la práctica, como por ejemplo, el procedimiento de registro de una indicación de procedencia.

Finalmente, es necesario hacer hincapié en el rol que cada uno de los actores de la sociedad tiene en torno al origen geográfico: el papel que tiene el SENADI como el ente público que regula y concede protección a bienes y servicios con origen geográfico, del solicitante, de los consejos reguladores y las asociaciones de productores, y el que

tenemos todos nosotros como consumidores de los productos con origen geográfico.

3.1. Una nueva clasificación del origen geográfico en el COESC

Para notar cambios tangibles en un país, no solo es necesaria una reforma legal. Es también preciso que los cambios que se integren a la ley tengan un objetivo claro, y que sean aplicables en la práctica, apuntando a un horizonte lleno de beneficios para todo el país, en especial para los productores.

Entre las modificaciones introducidas en el COESC en materia de origen geográfico, se puede observar que existe una nueva forma de clasificar a las indicaciones geográficas. A pesar de que el COESC se apega al contenido de la Decisión 486, no lo hace en su estructura, pues este instrumento comunitario determina a las indicaciones geográficas como género, y del cual se desprenden como especies las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia. Por lo tanto, en el COESC, aunque se menciona en la norma a las indicaciones geográficas, se las omite de la clasificación, y se trata al origen geográfico directamente en tres capítulos independientes: las denominaciones de origen, las indicaciones de procedencia y la especialidad tradicional garantizada.

Si la intención del legislador era respetar el contenido de la Decisión 486, lo deseable sería mantener también su clasificación formal. A pesar de que es un tema de mera forma, no se le debe restar importancia, puesto que el COESC debe apegarse a los instrumentos comunitarios e internacionales que Ecuador suscribió en materia de propiedad intelectual. En todo caso, se podrían proponer nuevos esquemas respetando estos instrumentos, tal como se verá a continuación.

3.1.1. Recopilación de los tipos de origen en el COESC: una nueva clasificación

Para proponer una nueva clasificación del origen geográfico en el COESC, se debe considerar que existe una serie de términos que están estrechamente ligados. En primer lugar, la Decisión 486 establece como género a las indicaciones geográficas, cuando incluye como Título XII a las mismas. De hecho, en la definición de denominaciones de origen, claramente se establece que “[s]e entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país [...]”.¹⁵³

En el primer capítulo, se expuso la diferencia entre indicación geográfica,

¹⁵³ Comisión de la Comunidad Andina, Decisión 486, art. 201.

denominación de origen e indicación de procedencia. Empero, no está demás anotar que la indicación geográfica es, de acuerdo con el Reglamento de la Comunidad Europea No. 510/2006 del Consejo de 20 de marzo de 2006 sobre la protección de las indicaciones geográficas y de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios, lo siguiente:

[E]l nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio: originario de dicha región, de dicho lugar determinado o de dicho país, que posea una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, y cuya producción, transformación o elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.¹⁵⁴

A los ojos de este Reglamento, la indicación geográfica es un término mucho más amplio, porque implica que una de las etapas de la cadena de producción de un determinado producto tiene un origen particular, pero no todas las etapas. No obstante, el término denominación de origen es mucho más restrictivo:

[E]l nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio: originario de dicha región, de dicho lugar determinado o de dicho país; cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos, y cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.¹⁵⁵

De hecho, el término denominación de origen implica que todas las etapas de la cadena de producción tienen lugar en determinada zona geográfica, por lo que su calidad se debe a las características del medio donde fue elaborado el producto. Es un término mucho más específico que engloba a un pequeño grupo de productos, del universo de todos los productos. En consecuencia, la indicación geográfica es el género, y la denominación de origen es la especie. Por lo tanto, no es adecuado tratarlos como un sinónimo en la ley.

Sin embargo, no todas las figuras de protección contempladas en el COESC se pueden catalogar como parte de una indicación geográfica. Como novedad legislativa, tenemos la inclusión de la especialidad tradicional garantizada en el COESC, la cual no es exactamente una forma de protección del origen geográfico. En efecto, de manera expresa, la ley establece que no se puede hacer referencia a la procedencia o el origen

¹⁵⁴ Emilio Barco Royo, “Denominaciones de origen: La incidencia de la localización y deslocalización”, 30.

¹⁵⁵ *Ibíd.*

geográfico del producto. De igual manera se lo ha establecido en la doctrina:

La característica específica no puede consistir en la procedencia o el origen geográfico del producto.

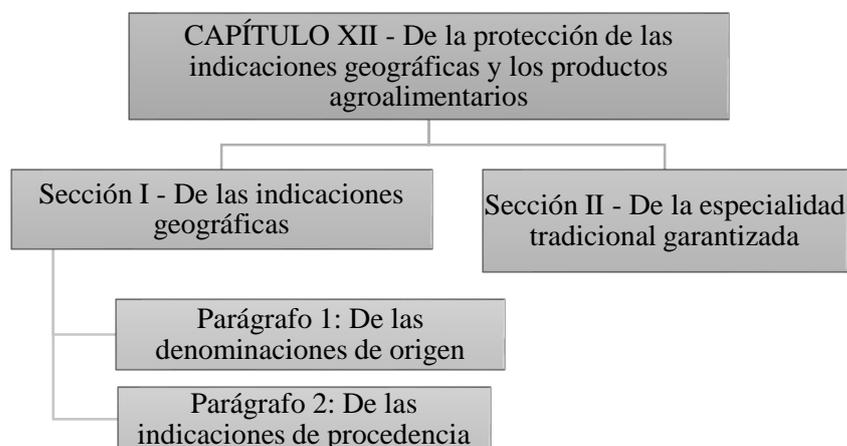
La denominación o expresión vinculada al producto debe ser “tradicional” en el sentido de que sea demostrable su uso en el mercado comunitario en un período lo bastante largo para que transmitirse de una generación a otra. El carácter tradicional del producto implica también que no pueda ser resultado únicamente de la aplicación de una innovación tecnológica.

La denominación Especialidad Tradicional Garantizada favorece la transparencia de mercado al informar y al tiempo, garantizar que el producto objeto de la misma posee características específicas que lo distinguen de otros similares pertenecientes a la misma categoría.¹⁵⁶

En consecuencia, si queremos incluir la figura de la especialidad tradicional garantizada en nuestra legislación, debemos proponer una nueva clasificación en la norma que sea compatible con la redacción actual, por lo que, a continuación, se realiza la siguiente propuesta:

Gráfico 4

Propuesta de clasificación del origen geográfico en el COESC



Fuente: la autora
Elaboración: propia

En el primer capítulo, se contrastó la diferencia entre marca e indicación geográfica, y también los diferentes tipos de marcas, como las colectivas, las marcas de garantía y las marcas de certificación. No obstante, considero que no es necesario

¹⁵⁶ Palau, “La protección de las indicaciones geográficas y su relación con el derecho de marcas y de la competencia desleal”, 69.

incorporarlas en esta clasificación, puesto que, a pesar de que estas marcas tienen en común el garantizar al consumidor que determinado producto es creado con ciertos estándares o que tiene determinado origen empresarial, la denominación de origen contiene en su esencia el factor origen geográfico, que brinda a los productos las características que los diferencian de otros.

Productores y autoridades usualmente buscan acceder al reconocimiento de una denominación de origen por cuanto la perciben como una herramienta que les permitirá combatir la «competencia desleal», el uso de la denominación geográfica por terceros para productos provenientes de otros lugares, o su mezcla, o para distinguir productos que no reúnen los estándares de calidad que hicieron a la denominación geográfica conocida y valorada, todas ellas prácticas que desprestigian a la denominación. En ausencia de una denominación de origen reconocida, los productores carecen a menudo de herramientas legales efectivas que les permitan combatir dicha competencia desleal. Si bien en muchos casos la «marca colectiva» puede ser una alternativa a la denominación de origen, esta no conlleva a las mismas prerrogativas que una denominación de origen, y en muchos casos no resolvería los problemas de competencia desleal que los productores vienen enfrentando.¹⁵⁷

El reconocimiento de una denominación de origen otorga a los productores las herramientas necesarias para defender sus derechos a un nivel macro, debido a que las marcas colectivas, las de garantía y las de certificación operan a nivel privado, mientras que el alcance de las figuras de protección del origen geográfico es amplio. Es decir, la protección de una denominación de origen abarca a todos los actores de la cadena de producción, e inclusive al Estado, siendo de interés público.

3.1.2. Análisis del procedimiento de la solicitud de una denominación de origen

Para un análisis práctico del procedimiento de solicitud de una denominación de origen o de una especialidad tradicional garantizada a la luz del COESC, es necesario tomar como referencia una solicitud real. Al efecto, estudiaremos el expediente de solicitud de denominación de origen de la Pitahaya de Palora. Lastimosamente, en el caso de la especialidad tradicional garantizada, no existe todavía un expediente con resolución, que nos permita determinar con certeza cómo se está llevando a cabo dicho procedimiento.

En el caso de la Pitahaya de Palora, la solicitud fue realizada con fecha 18 de julio

¹⁵⁷ Claudia Fernandini, “Las denominaciones de origen peruanas. Estableciendo una nueva hoja de ruta”, en *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*, dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón, (Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012), 277.

del 2017. Se adjuntó a la solicitud el “Estudio de la factibilidad para el reconocimiento de una denominación de origen para la Pitahaya Amazónica de Palora”, el cual fue elaborado por la asociación de productores de Pitahaya de Palora en colaboración con el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Este estudio de factibilidad consta de los antecedentes, en donde se describen las características de la pitahaya, la situación actual de la fruta en el mercado, y su producción y comercialización en Ecuador. De igual manera, se establecen los elementos y datos justificativos para el reconocimiento de la denominación de origen “Pitahaya Amazónica de Palora”, en donde se incluye un análisis histórico del desarrollo de esta fruta, el análisis climatológico, la definición de zonas biofísicas homogéneas, el mapa de identificación de textura del suelo, la fertilidad del suelo, los análisis de los sistemas de producción de la fruta, el análisis de costos de producción en sistema tecnificado, y la caracterización visual, táctil y organoléptica entre la Pitahaya de Palora y las pitayahas cosechadas en otras zonas del país y en Colombia. Finalmente, se establecen las recomendaciones del equipo técnico de la Subsecretaría de Comercialización del Ministerio de Agricultura.

Ocho días después de presentada la solicitud, el experto principal en Obtenciones Vegetales encargado, quien es un ingeniero agrónomo, emitió el Memorando Nro. IEPI-OV-2017-0110-M, con fecha 26 de julio del 2017, en donde determina lo siguiente:

1. No se identifica el producto final.
2. No se identifica la variedad de pitahaya que se desea proteger.
3. Falta realizar el análisis del entorno geográfico en base a factores de clima, suelo, temperatura, pluviosidad, humedad, heliofanía, fertilidad, entre otros.
4. No existe una explicación del proceso productivo ni de los factores humanos, lo cual, de acuerdo con la Dirección de Obtenciones Vegetales, es “el factor básico para otorgar la Denominación de Origen”.
5. El pliego de condiciones no está desarrollado.
6. Se realiza una comparación con especies de pitahaya de dos localidades diferentes sin citar la fuente del informe técnico de comparación.
7. Se solicita justificación de la experiencia del profesional que hizo el estudio de caracterización visual, táctil y organoléptica.¹⁵⁸

En tal virtud, el solicitante realizó un segundo estudio de factibilidad que incluía lo solicitado por el funcionario a través del memorando anteriormente mencionado. En el segundo estudio, se incluyó lo solicitado por el experto principal en Obtenciones Vegetales del IEPI, e incluso se anexó información sobre el taller para la construcción de los pliegos de condiciones, con lo que se da a entender que la denominación de origen se

¹⁵⁸ Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, solicitud no. IEPI-2017-46572.

construyó con la participación de todos los productores asistentes.

Para que no existan obstáculos que impidan la obtención de declaración de denominación de origen de un producto, es importante que en la norma estén claros todos estos requisitos, para que las solicitudes de la autoridad no sean percibidas como arbitrariedades, sino como una necesidad real técnica. A este efecto, es necesario que el informe o estudio de factibilidad que acompañe a la solicitud incluya tres análisis principales: la calidad del producto, la reputación y el origen, y sus características particulares. En cuanto a la calidad,

[E]s necesario que las pruebas de calidad se adecuen al producto respecto del cual se solicita la denominación de origen, teniendo en consideración que con frecuencia se trata de productos sin procesar o parcialmente procesados. Por ejemplo, en los expedientes de café, la denominación de origen se solicita para el café grano verde, más no para el café tostado. De igual manera, el maíz blanco gigante Cusco lleva denominación de origen en grano, mas no para el producto «snack» resultante de freír el grano, que es como lo conoce el consumidor final.¹⁵⁹

Por otro lado, vale añadir que el producto debe tener una reputación medible a través de archivos que permitan conocer sobre el prestigio que el producto ha obtenido en el mercado a través del tiempo. Este prestigio debería ser notorio y como una consecuencia directa de la calidad del producto, que lo diferencia de otros productos similares.

La reputación y origen de un producto proveniente de determinado origen geográfico se demuestra mediante diversos documentos tales como artículos, notas periodísticas, premios ganados, reseña en folletos y etiquetas de productos, cartas, declaraciones, encuestas, etc. Por ende un importante elemento del expediente es la recopilación de estas pruebas, que usualmente se acompaña con un capítulo o reseña histórica, que hace referencia a la historia del producto, así como a la historia de la zona geográfica.¹⁶⁰

Finalmente, se debe indicar con detalle en el estudio de factibilidad, las características del producto, y probar que tales características se deben al medio en el cual se produce, a través de comparaciones con otros productos iguales provenientes de otros sectores.

Así, no basta que sus características se deban exclusiva o esencialmente al medio en el cual se produce, sino que estas características tienen que ser distintas a las características del mismo producto en otra zona, y además la diferencia ha de ser estadísticamente

¹⁵⁹ Fernandini, “Las denominaciones de origen peruanas. Estableciendo una nueva hoja de ruta”, 279.

¹⁶⁰ *Ibíd.*, 280.

significativa. En consecuencia, se hace imprescindible, para cumplir con esta exigencia, contar con estudios «comparativos».

[...]

Se debe sustentar que tales diferencias se deben a factores ambientales que contribuyen a la singularización del producto, tales como de qué manera inciden la interacción del suelo, el agua y el clima en la zona, así como los factores humanos, en las características del producto.

[...]

Al establecer los factores humanos es importante no solamente narrar o recopilar las técnicas de producción sino demostrar, en conjunto con los estudios técnicos, cómo estas técnicas inciden en las características particulares o distintivas del producto. La autoridad requiere una descripción detallada de todas las etapas productivas que conllevan a la obtención del producto y todas las etapas productivas deban realizarse dentro de la zona abarcada por la denominación de origen.¹⁶¹

Por último, la denominación de origen tiene su razón de ser en virtud de un punto geográfico determinado, que le brinda características especiales a un producto. Por lo tanto, si el producto se produce en una región conformada por dos provincias, la delimitación de la zona geográfica debe ser por la zona físicamente real, y no por la división geopolítica de un mapa, puesto que esta división no se toma en cuenta factores como las características del suelo, clima, etc.

La zona abarcada por la denominación de origen solicitada debe establecerse en función de los criterios medioambientales y no geopolíticos. Para su descripción, debe indicarse su ubicación, los límites geo-referenciados en coordenadas geográficas del meridiano de Greenwich e indicando los nombres de las poblaciones u otras localidades o espacios geográficos y la altitud. Debe acompañarse de un mapa que contenga todos estos elementos.¹⁶²

El art. 432 del COESC establece que “[e]l reglamento correspondiente establecerá los requisitos de la solicitud. Admitida a trámite, se aplicará el procedimiento previsto para el registro de marcas, en lo que fuere pertinente”.¹⁶³ Por su parte, el art. 453 *ibídem* dispone que “[e]l procedimiento para el trámite de la solicitud será el mismo señalado para el de indicaciones geográficas, con las salvedades que establezca el reglamento respectivo”.¹⁶⁴ Es decir, ambos procedimientos se remiten a las normas marcarias para su

¹⁶¹ Fernandini, “Las denominaciones de origen peruanas. Estableciendo una nueva hoja de ruta”, 280.

¹⁶² *Ibíd.*, 282.

¹⁶³ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, art. 432.

¹⁶⁴ *Ibíd.*, art. 453.

registro.

Se conoce que el SENADI se encuentra actualmente en la labor de elaborar los reglamentos antes mencionados. En este caso, es necesaria la inclusión en el reglamento de (por lo menos) los siguientes puntos:

Con respecto a la denominación de origen:

- Requisitos para la solicitud de declaración de denominación de origen, incluyendo un detalle de cada uno de ellos, sin ambigüedades.
- Definición y estructura básica de un pliego de condiciones.
- Definición y estructura básica de un estudio de factibilidad.
- Procedimiento para la modificación de una declaración de protección de una denominación de origen.
- Normas para evitar la confusión de dos denominaciones de origen homónimas.
- Pautas y procedimiento a seguir en caso de marcas solicitadas de buena fe que se contraponen con solicitudes de declaración de protección de denominaciones de origen.

Con respecto a la especialidad tradicional garantizada:

- Desarrollo de los criterios y características que debe reunir una especialidad tradicional garantizada.
- Establecimiento de los requisitos específicos que debe tener un producto agroalimentario para ser protegido a través de una especialidad tradicional garantizada.
- Procedimiento de registro exclusivo para la especialidad tradicional garantizada.

3.1.3. Reformas al Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación

Como sabemos, no es posible reformar una ley a través de un reglamento. En consecuencia, ciertos aspectos deberán ser incluidos dentro del texto de la ley a través de la respectiva reforma, como la eliminación del procedimiento de la indicación de procedencia, y la inclusión de los servicios como bienes intangibles susceptibles de protección a través del origen geográfico.

a. Eliminación del procedimiento de la indicación de procedencia

El COESC define a la indicación de procedencia como “un nombre, expresión, imagen o signo que designe o evoque un país, región, localidad o lugar determinado”.¹⁶⁵ El COESC declara, en el art. 457, que toda persona podrá indicar su nombre o su domicilio sobre los productos que comercialice.

Art. 457. - Divulgación del origen. - Toda persona podrá indicar su nombre o su domicilio sobre los productos que comercialice, aun cuando estos provinieran de un país, región, localidad o lugar diferente, siempre que dicho nombre o domicilio se presentare acompañado de la indicación precisa, en caracteres suficientemente destacados, del país, región, localidad o lugar de fabricación o de producción de los productos o de otra indicación suficiente para evitar cualquier error sobre el verdadero origen de los mismos.

El Código añade, en el art. 458, que el procedimiento para el trámite de la solicitud de una indicación de procedencia será el mismo señalado para el de indicaciones geográficas, con las salvedades que establezca el reglamento respectivo. Empero, ¿es necesario ingresar una solicitud para poder utilizar la frase “Hecho en Ecuador” o “Made in Ecuador”?

Si bien una interpretación literal del art. 457 del COESC limitaría su alcance únicamente a signos que consistan en nombres o domicilios, otra interpretación más amplia de la norma es que todas las personas tienen derecho a indicar el nombre de la localidad en donde se fabricó los productos que comercializan. Y ello sin necesidad de recurrir a trámite alguno, pues se trata únicamente de una declaración realizada por el comerciante para informar sobre el origen de sus productos. De hecho, es también un derecho del consumidor conocer el origen de los productos que adquiere. No obstante, la declaración que hace el comerciante sobre su producto en ningún momento implica la atribución de características o cualidades derivadas de su origen geográfico, rol que en realidad tiene la denominación de origen.

El alcance de la protección de las Indicaciones de Procedencia es bastante limitado. Si bien se impide el uso de indicaciones de esta naturaleza, pero limitado en cuanto que no pueden ser falsas o engañosas, con respecto a su origen o ser capaces de inducir al público a confusión respecto a su origen, procedencia, calidad u otras características de los productos.¹⁶⁶

¹⁶⁵ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, art. 455.

¹⁶⁶ Ana María Pacón, “La regulación de las indicaciones geográficas en la Comunidad Andina”, en *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*, dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón, (Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012), 237.

Por lo tanto, es innecesaria la instauración de un procedimiento para solicitar una indicación de procedencia, y el art. 458¹⁶⁷ del COESC, aunque no lo establece de manera expresa, lo insinúa, pues se refiere al trámite de solicitud de una indicación de procedencia. Si la intención del legislador era la de establecer un procedimiento de registro de una indicación de procedencia, el art. 458 del COESC debería ser derogado, y debería reemplazarse con una disposición que indique que, en caso de configurarse lo previsto en el art. 456,¹⁶⁸ se deberá remitir a la Superintendencia de Control del Poder de Mercado, debido a que se trata de prácticas engañosas. Es un fraude frecuentemente practicado a nivel comercial, sobre todo en la industria de los alimentos, y se puede dar de diversas formas: importar un producto desde un punto geográfico distinto, envasarlo en determinado país y comercializarlo como si proviniera de dicho país, y otras más.

Se han tenido pruebas de este fraude en muchas ocasiones. Una investigación universitaria en 2016 demostró, a partir de una nueva técnica, que la mitad del azafrán etiquetado y exportado como español procede de otros países, aunque probablemente esté empaquetado en España. En el estudio participó el investigador de la Universitat de València Josep Rubert, junto con científicos de la Universidad de Química y Tecnología de Praga (República Checa), que demostraron, por medio de la huella digital química de cada tipo de azafrán, que más del 50 % de las muestras analizadas era fraudulenta. Los resultados se publicaron en la revista *Food Chemistry*.¹⁶⁹

A la inversa, se puede dar el caso cuando el producto final es producido en el país, y comercializado como si fuera proveniente de otro, tal como lo cuenta el diario español La Vanguardia:

Se suceden los escándalos relacionados con la comida y la bebida. Y no solo tienen que ver con la seguridad alimentaria, sino también con el origen de los alimentos. Hace solo unos días teníamos el último caso: 10 millones de botellas de rosado vendidas en Francia como vino de ese país, cuando en realidad era vino español.¹⁷⁰

¹⁶⁷ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, “art. 458. - Del procedimiento. - El procedimiento para el trámite de la solicitud será el mismo señalado para el de indicaciones geográficas, con las salvedades que establezca el reglamento respectivo”.

¹⁶⁸ *Ibid.*, “art. 456. - Restricciones de uso. - Una indicación de procedencia no podrá usarse en el comercio en relación con un producto o un servicio, cuando fuere falsa o engañosa con respecto a su origen o cuando su uso pudiera inducir al público a confusión con respecto al origen, procedencia, calidad o cualquier otra característica del producto o servicio. A efectos de lo dispuesto en el párrafo anterior, también constituirá uso de una indicación de procedencia en el comercio el que se hiciera en la publicidad y en cualquier documentación comercial relativa a la venta, exposición u oferta de productos o servicios”.

¹⁶⁹ Rosanna Carceller, “Así nos engaña la industria sobre el origen de los alimentos”, *La Vanguardia*, 16 de julio del 2018, <https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20180716/45868691293/estafa-origen-productos-alimentos-comida-supermercado-engano-etiqueta.html>.

¹⁷⁰ *Ibid.*

Esto básicamente sucede cuando las empresas quieren aprovecharse del prestigio de determinado producto, pero fabricarlo “como Dios manda”, resultaría en un coste demasiado elevado, que a la final se trasladaría al consumidor. Por el bajo control del etiquetado, más allá del tema sanitario, es fácil que estos engaños se produzcan. En Ecuador, esto estaría regulado bajo el Derecho de la Competencia, de conformidad con la Ley Orgánica de Control del Poder de Mercado.

Tratándose de productos designados por indicaciones geográficas, queda claro que el respeto de esas normas asume un peso aún mayor, pues para que la defensa de los derechos del consumidor se dé en forma adecuada, es necesario garantizar un ambiente en el que la libre concurrencia se dé en bases absolutamente leales. En efecto, sería extremadamente injusto si, en detrimento de un grupo de productores que emprendieran un esfuerzo mayor con vistas a preservar las características y calidad de sus productos, terceros, con total desprecio a la ley, pudiesen hacer uso de indicaciones geográficas, vulgarizándolas.¹⁷¹

Por lo tanto, en caso de producirse engaños a los consumidores en virtud del uso de una indicación de procedencia, el COESC debería prever un apartado en donde se desarrolle un procedimiento de recolección de denuncias de parte de los consumidores ante los consejos reguladores, cuando son engañados por productores con respecto al origen geográfico de los productos, y los mismos deberían ser juzgados a través de la normativa de defensa del consumidor y de control del poder de mercado vigente en el país.

En conclusión, se debe eliminar el texto que ordena la remisión del procedimiento de registro de una indicación de procedencia, en razón de que no tiene un objetivo específico en la norma.

b. Inclusión de la categoría servicios como bienes intangibles susceptibles de protección a través de una denominación de origen

De igual manera, considero que sería importante incluir a los servicios como bien susceptible de protección bajo una declaración de denominación de origen. Analicemos las características de los servicios para determinar si es posible que un servicio sea protegido a través de una denominación de origen.

Un servicio es intangible, pues no puede ser aprehendido. No es un bien material. A diferencia de un sombrero, una barra de chocolate, o una bolsa de café, el servicio se

¹⁷¹ De Sousa, “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional”, 84.

basa en la experiencia del cliente, y no en la obtención de un bien como tal. El servicio también se caracteriza por ser inseparable, pues la mayoría de los servicios requieren de contacto directo con el cliente, a diferencia de la venta de bienes, en donde los diferentes actores de la cadena de producción pueden no interactuar directamente con el consumidor final. Esta última característica hace que un servicio también sea heterogéneo, pues la experiencia percibida por cada cliente va a ser diferente, dependiendo de las interacciones que se tenga con cada persona, y de las capacitaciones del personal que preste el servicio. Finalmente, un servicio es perecible porque no es posible almacenarlo, sino que una vez solicitado, es consumido inmediatamente o de manera periódica.¹⁷²

Por la naturaleza dinámica de un servicio, es difícil establecer unos parámetros para medir ciertos factores que harán que determinado servicio se distinga de otros. Sin embargo, es posible homogenizar diversas características por su origen geográfico, que haría a los servicios susceptibles de ser protegidos a través del origen geográfico. Por lo tanto, en el estudio de factibilidad, se debería incluir el nivel de calidad, el prestigio que dicho servicio posee, la zona geográfica de donde proviene dicho servicio, y las características de ese servicio que lo hace distinto a otros, y también la imposibilidad de replicar el servicio en otro punto geográfico.

Dentro de esta categoría en Ecuador, es posible que algunos servicios sean protegidos a través de una denominación de origen. Por ejemplo, los servicios turísticos y hoteleros, siempre y cuando los mismos no hayan sido previamente registrados de buena fe como marca. Los servicios de baños de aguas termales podrían ser un buen ejemplo de ello, debido a que se trata de un servicio que tiene ciertas propiedades específicas que solo se dan en ese sector determinado. Por ejemplo, no es lo mismo tomar un baño de fango en Baños de San Vicente en la Provincia de Santa Elena, que tomarlo en Baños de Agua Santa, debido a que el fango es distinto en cada caso por el clima, la posición geográfica y las propiedades de cada suelo. Por lo tanto, los beneficios y la experiencia serán únicos en cada lugar. De esta manera, los prestadores de servicios hoteleros pueden ser reconocidos a nivel nacional e internacional, por las propiedades terapéuticas que este servicio puede brindar.

¹⁷² Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España, “Características de los servicios”, Plan Cameral, último acceso: 31 de agosto del 2018, <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/guias-online-exportacion/-/guias-online-exportacion/0d594e01-c614-45fe-83a6-246a27f75fab>.

3.2. La nueva titularidad del origen geográfico

El COESC no determina a quién pertenece la titularidad de las indicaciones geográficas. Esto sin duda alguna debería encontrarse expresamente previsto en el Código y no en sus reglamentos. No obstante, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales determina, a través de actos administrativos, que la titularidad de las mismas pertenece al Estado.¹⁷³ ¿Es esta la mejor opción? Y, lo más importante, ¿es correcto no incluirla de manera expresa en el COESC? Analicemos, a continuación, a quién debería pertenecer la titularidad de las mismas.

3.2.1. Solicitante

El solicitante de la indicación geográfica es aquella persona que tiene legítimo interés en que determinado producto sea protegido bajo una declaratoria de denominación de origen, o en su caso, de una especialidad tradicional garantizada. Es la persona que fomenta y promueve que una denominación de origen sea declarada como tal.

De acuerdo con el COESC, tiene legítimo interés:

Art. 431. - Del legítimo interés. - La declaración de protección de una denominación de origen se hará de oficio o a petición de quienes demuestren tener legítimo interés, entendiéndose por tales a las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la producción, extracción o elaboración del producto o de los productos que se pretenda designar con la denominación de origen, así como a las asociaciones integradas por dichas personas. Las autoridades públicas de la administración central o autónoma descentralizada también se considerarán interesadas, cuando se trate de denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones.¹⁷⁴

En el mismo sentido, en Perú, la norma permite que cualquier persona dedicada a la extracción, producción o elaboración del producto, o cualquier autoridad del territorio en cuestión, o cualquier asociación de productores, tenga o no representatividad, pueda solicitar el reconocimiento de una denominación de origen. Empero, en la práctica es importante que el solicitante posea una representatividad, en donde se demuestre que la mayoría de productores está de acuerdo con la solicitud de protección de la denominación de origen, para así evitar futuros conflictos de interés.¹⁷⁵

¹⁷³ María José Bucheli, entrevistada por la autora, 4 de julio de 2018. Para leer la entrevista completa, ver Anexo 1.

¹⁷⁴ Ecuador, Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, art. 431.

¹⁷⁵ Fernandini, “Las denominaciones de origen peruanas. Estableciendo una nueva hoja de ruta”, 277.

Es por ello que no sería recomendable que el solicitante de la denominación de origen posea la titularidad de la denominación de origen, puesto que esto implicaría que se le está otorgando un derecho exclusivo a dicha persona, cosa que contraría el objetivo de las denominaciones de origen, que es el promover la producción de determinado bien en una zona geográfica concreta. Otorgar la titularidad a un particular implicaría que el mismo tiene poder sobre el resto de productores, lo cual podría crear situaciones de desigualdad y abuso de poder.

En nuestro país, al solicitante no se le brinda la calidad de titular de conformidad con el COESC. No obstante, considero que al solicitante se le debería conceder de manera automática la autorización de uso de la denominación de origen, en caso de que sea declarada en el país, pues el esfuerzo del solicitante debe verse compensado de alguna manera. De esta manera, se le brindaría un estímulo al solicitante para que inicie el proceso de declaratoria, pues el mismo puede ser largo, costoso y tedioso, por los estudios técnicos y todos los requisitos y verificaciones inherentes al trámite.

3.2.2. Consejos reguladores

La figura de los consejos reguladores va de la mano con la denominación de origen. Es común ver productos protegidos bajo denominaciones de origen que poseen en su etiquetado, sellos que identifican a determinados consejos reguladores:

Gráfico 5

Sello del Consejo Regulador de Jijona y Turrón de Alicante



**Consejo Regulador de
Jijona y Turrón de Alicante**

Fuente: Página web <https://jijona.com/>

Elaboración: Consejo Regulador de Jijona y Turrón de Alicante

¿Cuál es el papel que tienen los consejos reguladores? El principal rol de un consejo regulador de una indicación geográfica es establecer las condiciones de acceso al uso de dicha indicación, por lo que se entendería que tales condiciones de acceso son un acuerdo de estandarización para la calidad del producto y los requisitos mínimos que este

debe cumplir.¹⁷⁶ Sin embargo, ¿son estos consejos los titulares de la denominación de origen?

El Consejo Regulador es un ente de gestión que agrupa a los productores y agricultores, quienes administran y promocionan la Denominación de Origen (DO), velando por su prestigio y asumiendo su defensa judicial en caso de uso indebido. Incluso, en ciertas legislaciones foráneas, este ente de gestión es el único legitimado para solicitar su reconocimiento, y en otras, asume además la función de control y certificación.¹⁷⁷

Desde antes de la redacción y publicación del COESC, el antiguo IEPI ya preveía la posibilidad de la creación de consejos reguladores que estén integrados por productores que administren las denominaciones de origen.

Una de las metas del IEPI, en lo que se relaciona con las denominaciones de origen, es establecer consejos reguladores, uno por cada artículo, que estarán integrados por los diferentes productores, quienes, a su vez, serán los encargados de administrar la denominación de origen.¹⁷⁸

Esta aspiración se ha convertido en una realidad. En efecto, el COESC, en el art. 441, establece que el SENADI tendrá la facultad de autorizar el funcionamiento de las oficinas reguladoras. En el reglamento, se deberán establecer los requisitos para la formación de un consejo regulador. Como referencia, en Perú, la ley establece los siguientes requisitos para la creación y autorización de un consejo regulador:

Para que la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI otorgue la autorización de funcionamiento como Consejo Regulador, las Asociaciones Civiles deberán cumplir con los siguientes requisitos: a) Que tengan como objeto la administración de una determinada denominación de origen reconocida. b) Que de los datos aportados a la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI y de la información obtenida por ella, se deduzca que la asociación civil reúne las condiciones que fueren necesarias para garantizar el respeto a las disposiciones legales y asegurar una eficaz administración de las denominaciones de origen reconocidas. c) Que se acompañe la propuesta de Reglamento de la denominación de origen, para su aprobación por parte de la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI.¹⁷⁹

¹⁷⁶ Javier Viciano Pastor, “Derecho de la competencia y entidades que gestionan indicaciones geográficas”, en *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*, dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón, (Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012), 101.

¹⁷⁷ Marcela S. Molina. “Las funciones del Consejo Regulador en el régimen de Denominación de Origen”, *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, mayo 2016, <http://www.redalyc.org/html/4695/469546449009/>

¹⁷⁸ Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, “Propiedad Intelectual: Historia, Desarrollo, Ecuador”, 93.

¹⁷⁹ Perú, Ley N° 28331, Ley Marco de los Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen, 23 de julio del 2004, art. 5.

En Perú, los consejos reguladores son los administradores de las declaraciones de protección con respecto a los productos que les atañen, y se encargan de autorizar el uso a aquellos que tienen legítimo interés, así como también pueden cancelar dichas autorizaciones, e iniciar acciones legales en caso de considerarlo necesario.¹⁸⁰

En dicho país, los consejos reguladores tienen varias funciones que están establecidas en la ley, que son funciones propias de la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI, pero que pueden ser directamente delegadas al consejo regulador. Por lo tanto, un consejo regulador bajo la ley peruana puede otorgar autorizaciones de uso de denominaciones de origen, aprobar el reglamento de las denominaciones de origen, controlar la producción de los productos amparados bajo una denominación de origen, llevar los registros propuestos en el reglamento de una denominación de origen, entre otras atribuciones.¹⁸¹

En España, los organismos encargados de la gestión de las indicaciones geográficas son los consejos reguladores de las denominaciones de origen. En este país, la competencia sobre dichas denominaciones de origen la tienen las Comunidades Autónomas, que tienen potestad de defender y mejorar la calidad de los productos, así como limitar la producción y transformación de aquellos productos protegidos a través de denominaciones de origen e indicaciones geográficas.¹⁸² Inclusive en España es posible que un consejo regulador registre marcas para identificar a los productos con la denominación de origen.

Cabe destacar que en España los Consejos Reguladores pueden ser titulares de marcas registradas dentro de las cuales se incluye la denominación de origen. A título de ejemplo citamos las marcas comunitarias europeas registradas a favor del Consejo Regulador de Ribera del Duero y del Consejo Regulador de Rioja.¹⁸³

Como podemos ver, a pesar de que incorporamos partes de la legislación comunitaria europea en el COESC, vemos que la titularidad en Ecuador la conserva en la práctica el Estado, mientras que en España la puede obtener un Consejo Regulador. Sin embargo, considero que la esencia del consejo regulador es ser un ente que administra la

¹⁸⁰ María del Carmen Arana, “Las denominaciones de origen: una metodología para su reconocimiento”, Revista de la Competencia y la Propiedad Industrial, <https://www.scribd.com/document/232725801/Maria-del-Carmen-Arana-pdf>

¹⁸¹ Fernandini, “Las denominaciones de origen peruanas. Estableciendo una nueva hoja de ruta”, 284.

¹⁸² Viciano, “Derecho de la competencia y entidades que gestionan indicaciones geográficas”, 99.

¹⁸³ María del Carmen Arana, “Las denominaciones de origen: una metodología para su reconocimiento”.

denominación de origen, y brinda apoyo a los productores para que técnicamente ellos puedan cumplir con los pliegos de condiciones de los productos. Cabe considerar la posibilidad de que las diferentes agrupaciones de productores establezcan acuerdos inter gremiales que favorezcan la fijación de precios, la determinación de la calidad de los productos y la regularización de la oferta. Estos acuerdos, en principio, no implicarían ilegalidad alguna, pues estarían conformes con el interés general y las normas vigentes.¹⁸⁴

Por otro lado, la figura del consejo regulador no sólo debería limitarse a administrar y promocionar la denominación de origen, sino que además debería asumir la defensa judicial en caso de un uso indebido. En caso de que no existiera esta potestad en los consejos reguladores, se generaría una dispersión de las acciones individuales de los productores en defensa de la denominación de origen.

3.2.3. Asociaciones Privadas

Otras entidades que deberían ser consideradas para el análisis sobre la titularidad son las asociaciones. Las mismas son grupos de productores o profesionales que, de manera agremiada, se dedican a la producción o manufactura de determinado producto, los cuales son representados en calidad del sector privado ante las autoridades gubernamentales. Estos entes defienden a sus asociados e intentan garantizar principios y derechos básicos.

Las asociaciones son positivas para los productores, pues permiten participar a sus asociados en distintas actividades.

Los pequeños productores locales se pueden ver muy beneficiados con la protección de las indicaciones geográficas, pero debido a su condición de pobreza y aislamiento, se dificulta asumir los costes de transacción, estudios y trámites inherentes a la protección, por lo que el estado debería asegurar subsidios a estas actividades.¹⁸⁵

Sin embargo, las asociaciones no deben ser confundidas con los consejos reguladores, pues las asociaciones, dependiendo de su conformación, no siempre tienen el objetivo de administrar una denominación de origen, sino que buscan únicamente agremiar a los productores y apoyarlos en sus actividades, tal como lo hace la Asociación de Productores de Banano “Nueva Esperanza”:

Nueva Esperanza es una organización Ecuatoriana (*sic*) que desde su fundación en 2009, quiere contribuir a la producción agrícola sostenible para el agricultor y la comunidad. Esta es la base de la nueva política interna para el desarrollo

¹⁸⁴ Viciano, “Derecho de la competencia y entidades que gestionan indicaciones geográficas”, 104.

¹⁸⁵ Revilla, “Un acercamiento económico a la protección de las indicaciones geográficas”, 56.

sostenible. Agrupamos a varios agricultores campesinos; para desarrollar la industria bananera de la provincia de El Oro a través del manejo eficiente de los recursos que garanticen la calidad final de nuestros productos para el consumidor.¹⁸⁶

Esta asociación, la cual se toma a manera de ejemplo, no necesariamente se especializa en una determinada especie de banano producido en un sector geográfico específico, sino que agrupa a todos los productores de banano de la provincia de El Oro. Por ello, es importante que una asociación, para que sea relevante en materia de origen geográfico, esté integrada por los productores de productos con denominación de origen.

Por otro lado, la administración de una denominación de origen la podría llevar a cabo el consejo regulador, pero no la asociación de productores, quienes podrían establecer las características de los productos a su conveniencia, lo cual no sería imparcial y justo para los productores que no están agremiados.

Con relación a la titularidad, no sería adecuado que las asociaciones privadas sean las titulares de las denominaciones de origen, pues existiría conflicto de interés, y también una apropiación de la denominación de origen por parte de un particular, lo cual podría implicar un monopolio frente a otros productores.

3.2.4. El Estado

Actualmente, en la práctica nacional, la titularidad del origen geográfico se atribuye al Estado ecuatoriano. Lo mismo sucede en otras legislaciones, como en la colombiana, por ejemplo:

De este marco de diferencias, lo más relevante es que mientras que en la DO la titularidad es del Estado y este autoriza su uso a empresarios, la marca es de propiedad individual de una persona natural o jurídica. La marca es un activo económico de la empresa, y la DO tiene un valor colectivo, con un contenido social porque representa productos de una región, de un grupo humano que lo produce.¹⁸⁷

De igual manera, Panamá de manera expresa establece en la Ley N°61, en su art. 137,¹⁸⁸ que el Estado panameño es el titular de las denominaciones de origen nacional, y estas solo podrán usarse mediante autorización del Órgano Ejecutivo.

¹⁸⁶ Asociación de productores Nueva Esperanza, “Sostenibilidad para los agricultores”, accedido: 10 de agosto del 2018, <http://asonuevaesperanza.com/nosotros.html>

¹⁸⁷ Raquel Ceballos e Isabel García, “Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los TLC suscritos por Colombia”, en *Revista Prolegómenos. Derechos y Valores*, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal, <http://www.redalyc.org/html/876/87629921011/>.

¹⁸⁸ Panamá Ley de Propiedad Intelectual, 5 de octubre del 2012, art. 173, <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/pa/pa038es.pdf>.

En el caso ecuatoriano, es importante que la legislación establezca de manera expresa quiénes son los titulares de una denominación de origen. A pesar de que en el título de declaración de protección de una denominación de origen se establece la titularidad del Estado, ello no implica que el acto administrativo está debidamente motivado, pues no existe norma expresa que disponga quién es el titular de una denominación de origen. A manera de referencia, vale considerar que:

En el derecho argentino no existe una norma legal que expresamente establezca la condición jurídica dominial de la DO, IG e IP. El dominio público es un concepto jurídico, por tanto, su condición jurídica debe ser establecida por el legislador en forma expresa. Tratándose de un régimen excepcional, en caso de duda debe interpretarse que el bien no tiene carácter dominial.¹⁸⁹

Es importante que la titularidad de una denominación de origen permanezca en el dominio público, para evitar apropiaciones indebidas que perjudiquen a los productores a la hora de fabricar el producto y comercializarlo, de manera que todos tengan derecho a obtener una autorización de uso.

La titularidad pública o de una agrupación de personas de las indicaciones geográficas permite que estas permanezcan en el dominio público y ninguna persona física o jurídica ostente un monopolio o derecho en exclusiva para utilizar los conocimientos o la información protegida por la indicación geográfica. Todos los miembros de la comunidad podrán utilizar la indicación geográfica, y aprovecharse de su *good will* o reputación, si cumplen con las reglas estandarizadas en los reglamentos de uso.¹⁹⁰

Ecuador está en una situación similar a la Argentina, en donde la norma no establece de manera expresa quién es el titular de una denominación de origen, por lo que se presume que el Estado ecuatoriano. Sin embargo, es importante establecerlo de manera clara en la norma para que no se dé lugar a interpretaciones erróneas e incluso se desemboque en una falta de motivación legal en los actos administrativos que declaran estos derechos.

Ahora bien, si se parte de la regla que todo bien tiene un titular, y, además, que todo bien que no tiene dueño conocido pertenece al Estado, debe concluirse que éste es el titular. En el derecho argentino, las designaciones geográficas no están afectadas expresamente al dominio público mediante una ley (falta el elemento normativo). Por tanto, deberíamos inferir que éstas pertenecen al dominio privado del Estado y como tales, se encuentran dentro del comercio y son prescriptibles. De ese modo nos encontramos con un problema irresoluble por medio de la interpretación e integración jurídica. Esta imprecisión

¹⁸⁹ Marcela Molina, “La titularidad de las designaciones de origen geográfico en el Derecho Argentino y su condición jurídica (pública o privada)”, *Revista Iberoamericana de la Propiedad Intelectual*, Número 2, Febrero 2014, <https://ar.ijeditores.com/articulos.php?idarticulo=67534&print=2>.

¹⁹⁰ Palau Ramírez, “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”, 29.

irresoluble exige ineludiblemente una norma que aclare su condición jurídica y consecuencias.¹⁹¹

El COESC establece, en el art. 360, como prohibición absoluta de registro de marca, aquellas que “consistan exclusivamente en un signo o indicación que pueda servir en el comercio para describir [...] la procedencia geográfica [...]”. Esto podría deberse a que la procedencia geográfica de un producto debe permanecer en el dominio público, pues es de interés general que así sea, para que todas las personas que pertenecen a dicha procedencia geográfica puedan identificar sus productos a través de una indicación de procedencia sin vulnerar los derechos de propiedad intelectual de terceros, e incluso porque la procedencia geográfica implica más que solo un punto determinado en el mapa:

En una denominación de origen se condensa todo un léxico de actividades tradicionales (agrícolas, cerámicas, artesanales) transmitidas y mantenidas oralmente donde está incluido el productor, su actividad productiva, artesanal o de otro tipo, el proceso, el lugar de producción, incluyendo los nombres de los utensilios utilizados y de la materia básica trabajada. Todos estos elementos lexemáticos (*sic*) y del contenido pertenecen al patrimonio cultural de una comunidad lingüística determinada.¹⁹²

Esto significa que una denominación de origen está estrechamente relacionada con los conocimientos tradicionales. Son conocimientos tradicionales todos los conocimientos, innovaciones y prácticas de las comunidades locales e indígenas, que son transmitidos de generación en generación. Estos conocimientos suelen tratar sobre variedades vegetales, razas animales, minerales, cultura, formas de cuidado de la salud, prácticas agrícolas, etc.¹⁹³ Las características principales de los conocimientos tradicionales son su pertenencia a una colectividad; su informalidad, porque no están fijados en un medio físico; y, su dinámica, pues a pesar de preservarse en una comunidad, son susceptibles de mejora a través del paso del tiempo y las generaciones.¹⁹⁴

El autor Daniel Salazar recopila y menciona algunas categorías de conocimientos tradicionales, como por ejemplo posesiones sagradas, conocimientos de uso de especies, plantas y animales, conocimiento de fórmulas, conocimientos de preparación, proceso y almacenamiento de especies útiles, herencias culturales, conocimientos sobre

¹⁹¹ Marcela Molina, “La titularidad de las designaciones de origen geográfico en el Derecho Argentino y su condición jurídica (pública o privada)”, *Revista Iberoamericana de la Propiedad Intelectual*, Número 2, Febrero 2014, <https://ar.ijeditores.com/articulos.php?idarticulo=67534&print=2>.

¹⁹² María del Carmen Arana, “Las denominaciones de origen: una metodología para su reconocimiento”.

¹⁹³ Palau Ramírez, “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”, 21.

¹⁹⁴ *Ibíd.*, 21-2.

conservación de ecosistemas, etc.¹⁹⁵

Empero, Carlos Correa considera que las indicaciones geográficas no protegen el conocimiento tradicional como tal, sino que el uso de la indicación geográfica está asociado a la utilización de ciertos conocimientos tradicionales, pero la indicación geográfica no protege el conocimiento subyacente como tal. Por lo tanto, los productores autorizados podrían restringir el uso de la indicación geográfica, pero no el uso del conocimiento tradicional incorporado al producto.¹⁹⁶

Las indicaciones geográficas, que en Europa forman parte de los instrumentos de la política agraria de las instituciones de la Unión así como de sus Estados miembros, se consideran también parte de una estrategia dirigida a proteger los conocimientos tradicionales de los pueblos indígenas y la biodiversidad, al tiempo que se promueve el desarrollo rural.¹⁹⁷ De todas formas, no se encuentra en discusión la titularidad de los conocimientos tradicionales, pues estos son de dominio público.

En conclusión, los conocimientos tradicionales continúan en el dominio público, no existen limitaciones temporales para el goce de los derechos, el ámbito de protección se adecúa a los derechos culturales y tradicionales y no se limita su utilización a los productos agrícolas.¹⁹⁸

Un ejemplo de la relación que tienen los conocimientos tradicionales y los productos protegidos bajo denominación de origen en nuestro país es el caso de la conservación y uso de la paja toquilla que los montubios de la zona de Jipijapa aplican para poder tener la materia prima de calidad que se requiere para la elaboración de los famosos sombreros de Montecristi.

El ámbito de protección de las indicaciones geográficas se adecúa a los derechos culturales y tradicionales, por cuanto pueden considerarse como un derecho colectivo cuya titularidad pertenece a todos los productores que observan su reglamento de uso y producen en la zona geográfica especificada (que bien puede coincidir con aquella en la que se ubica una comunidad indígena), pudiéndose prohibir su uso por productores de fuera de la zona o por aquellos que no sigan el mismo método de producción.¹⁹⁹

Aun así, debido a que los productos protegidos bajo una indicación geográfica suelen estar asociados a conocimientos tradicionales, se debe tener cuidado de que la

¹⁹⁵ Salazar, “Propiedad intelectual y Conocimientos Tradicionales Indígenas”, 22.

¹⁹⁶ Revilla, “Un acercamiento económico a la protección de las indicaciones geográficas”, 55.

¹⁹⁷ Palau Ramírez, “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”, 27.

¹⁹⁸ *Ibíd.*, 28.

¹⁹⁹ *Ibíd.*, 31.

protección del origen geográfico no entre en conflicto con dichos conocimientos. El cambiar la titularidad estatal del origen geográfico a una instancia privada, podría implicar la concesión de derechos sobre dichos conocimientos, pues el uso de figuras de protección del origen conlleva la codificación de reglas de uso para revelar los conocimientos tradicionales, por lo que, a través de estas figuras, se podría permitir la apropiación y aprovechamiento de los mismos por parte de terceras personas.²⁰⁰

Si se desea que la titularidad del origen geográfico sea estatal, es necesario que la misma esté establecida de manera expresa en la ley, con el objetivo de evitar posibles interpretaciones erróneas, y también para motivar adecuadamente los actos administrativos que se expidan en los procesos de solicitudes de protección de denominaciones de origen.

3.3. Los roles de la sociedad y el Estado en la administración del origen geográfico

Para que el régimen de protección del origen geográfico se desarrolle de manera adecuada en el país, no solo son necesarios los ajustes legales mencionados en páginas anteriores. Es importante también que toda la sociedad, junto con los actores directamente involucrados en la administración de las denominaciones de origen, y el Estado actúen armoniosamente para procurar que el país tenga más declaraciones de denominaciones de origen o de especialidades tradicionales garantizadas.

Evidentemente, la existencia y mantenimiento de una competencia real y efectiva en el mercado exige de una adecuada y eficaz protección de los signos distintivos que utilizan los empresarios en el mercado, y por ello también de las denominaciones de origen, como signos distintivos que también son. Tanto a los empresarios, como a los consumidores, como en definitiva al mismo buen funcionamiento del sistema de economía de mercado, les interesa indudablemente la existencia de esa tutela citada en relación a la figura de la denominación de origen. A los consumidores, porque “el elevado nivel de vida actual, los desplazamientos turísticos a otras regiones y el refinamiento en los gustos y en los hábitos perfilan un consumidor que orienta sus preferencias hacia productos con un origen geográfico concreto, al constituir el reflejo de toda una cultura y de un patrimonio compartido por toda una colectividad”, a los empresarios porque, si es evidente como acabamos de señalar que las denominaciones de origen gozan de un especial aprecio por parte de los consumidores, entonces a los empresarios “les interesará poder utilizarlas en la designación de sus mercancías”, y si de empresarios ubicados en el mundo rural hablamos, la denominación de origen les permitirá luchar en mejores condiciones en un mercado muy competitivo, compensando en parte la habitualmente limitada y costosa producción de las zonas rurales, más apartadas y atrasadas; y al interés general, porque “al poder ser empleada la denominación por todos los empresarios y productores de la zona geográfica respectiva, los efectos positivos que su empleo produce van a reflejarse

²⁰⁰ Palau Ramírez, “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”, 29.

en toda el área geográfica en cuestión”. En definitiva, en las denominaciones de origen están presentes intereses de los empresarios de la zona delimitada por la denominación, intereses de los consumidores y, en consecuencia, el propio interés general.²⁰¹

Esto significa que, en el régimen de protección del origen geográfico, existen varios actores que tienen un papel específico en el desarrollo de estas figuras. Tenemos, por un lado, al Estado, quien es el titular y, en consecuencia, tiene la facultad de conceder protección a una denominación de origen. También se encuentran los administradores de la denominación de origen, los productores y los consumidores.

Todos ellos tienen un rol clave, porque el consumidor y el productor serán quienes determinen la dinámica del mercado a través de la oferta y demanda, mientras el Estado y el consejo regulador serán los entes encargados de la concesión de derechos y toda la instrumentación administrativa y legal de una denominación de origen.

3.3.1. Papel del SENADI en la administración del origen geográfico

En temas de propiedad intelectual, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales es el ente encargado de la protección, defensa y promoción de los derechos de propiedad intelectual en Ecuador. Con respecto a las denominaciones de origen, el SENADI tiene el principal deber de declarar la protección de las figuras de protección del origen. Para una correcta implementación del sistema de protección del origen, es necesaria la asistencia técnica de las autoridades gubernamentales, puesto que los productores pueden sufrir carencias económicas y medios materiales que les impidan preparar adecuadamente una solicitud de protección y adelantar, luego, el trámite respectivo.²⁰² Ese es el principal apoyo que el productor necesita por parte del SENADI.

La Dirección Nacional de Obtenciones Vegetales tiene como finalidad la implementación y el desarrollo de las denominaciones de origen. En la primera fase se toma contacto con los sectores involucrados para luego propiciar el desarrollo de capacidades mediante la realización de reuniones y el apoyo en la elaboración de peticiones, oficios y trámites financieros, entre otros. La idea es que las personas que en principio reciben la capacitación y el apoyo repliquen los conocimientos adquiridos dentro de sus comunidades para que la práctica aprendida sea institucionalizada.²⁰³

Por lo tanto, una de las principales actividades que el SENADI debe emprender

²⁰¹ Benjamín Peñas Moyano, “Algunas cuestiones en torno a la denominación de origen como signo distintivo”, en Estudios Jurídicos de Derecho Agrario, España Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, https://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/95290_21.pdf

²⁰² Palau Ramírez, “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”, 33.

²⁰³ Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, “Propiedad Intelectual: Historia, Desarrollo, Ecuador”, 92 – 3.

es la formación de una dirección orientada de manera específica a la protección del origen geográfico y los productos alimentarios. Tal como lo postula María del Carmen Arana en Perú:

Proponemos el establecimiento de proyectos para la investigación y desarrollo de las denominaciones de origen, que pueden ser realizados por el Área de Fomento de la Competencia e Innovación del INDECOPI, hasta la creación de los órganos institucionales específicos de las denominaciones de origen. Asimismo se propone la creación de una Secretaría y Comisión de las Indicaciones Geográficas, área dentro de la cual se encontrarían comprendidas las denominaciones de origen; la cual se encargaría de las indicaciones geográficas, priorizando su desarrollo nacional.²⁰⁴

Esto es primordial, pues la titularidad de las indicaciones geográficas recae en el Estado, por lo que este debería ser el principal promotor e investigador de productos que sean posibles candidatos para protegerlos a través de estas figuras. Se trata de uno de los principales deberes del Estado, y que tiene que llevar a cabo con la ayuda del sector público y privado.

Esta propuesta considera al INDECOPI como órgano rector de las propuestas (sic), a otros organismos públicos, a las universidades y gremios empresariales como coordinadores y partícipes en las investigaciones, y a los gremios locales como actores. El conjunto de ellos contribuirá a que las personas interesadas en las denominaciones de origen logren la organización y el nivel institucional suficiente. Asimismo, se pretende superar las dificultades para el reconocimiento de las denominaciones de origen y puesta en marcha de una organización estatal y privada que recoja los beneficios de estas. Finalmente, de un lado, elimina formalidades costosas (económicas y temporales) y, de otro, pretende evitar que designaciones que constituyen denominaciones de origen en potencia se conviertan en genéricas y pasen a formar parte de marcas privadas nacionales e internacionales.²⁰⁵

Por lo tanto, el principal rol del Estado es el fomento y la protección del patrimonio protegido bajo una denominación de origen. Es prioritario que este establezca políticas para el estímulo, defensa y protección de las diversas actividades tradicionales. En virtud de que una denominación de origen o una especialidad tradicional garantizada es de titularidad estatal, es importante que la iniciativa de la protección venga por parte del Estado, y principalmente con recursos estatales, puesto que el beneficio es directo para el país, y no para un particular.

Un ejemplo de la importancia del papel del Estado es el caso de la Maca del Perú. Ya en el año 2012, el Estado peruano se encontraba trabajando en la constitución de la

²⁰⁴ María del Carmen Arana, "Las denominaciones de origen: una metodología para su reconocimiento".

²⁰⁵ *Ibíd.*

denominación de origen sobre la maca. No obstante, esto se ha dificultado, en razón de que faltan estudios técnicos e históricos culturales, no existe una organización a nivel empresarial o de productores que permitan aunar esfuerzos, y también se ha visto una dificultad a la hora de determinar el territorio de la denominación, debido a la exigencia de que las características del producto dependan del territorio y de factores humanos.²⁰⁶

Dado que el COESC incorpora en la legislación la protección de los conocimientos tradicionales, es necesario fortalecer este sistema de protección, para así enriquecer a la protección del origen geográfico. El motivo principal es que los productos con origen geográfico suelen tener una relación muy estrecha con los conocimientos tradicionales, pues muchos productos son resultado de saberes milenarios transmitidos de generación en generación.

Para una defensa efectiva de los conocimientos tradicionales y el patrimonio cultural, se advierte la necesidad de analizar la viabilidad de desarrollar e implementar un régimen de protección de los conocimientos tradicionales. En el mismo sentido Diez Canseco manifiesta que internamente, son muchos los países que han promulgado y puesto en práctica leyes nacionales que constituyen el principal mecanismo de protección y algunos han adoptado mecanismos *sui generis* dado que el actual sistema de la PI en el mundo no se considera adecuado para tal fin. Como este autor, muchos han señalado que los conocimientos tradicionales se protejan bajo un nuevo derecho específico que no corresponda a los derechos de autor o patentes, sino a un derecho denominado “derechos sobre conocimiento tradicional”.²⁰⁷

De hecho, la protección de los conocimientos tradicionales no excluiría la posibilidad de protección de productos bajo figuras de origen. Al contrario, la complementaría. De esta manera, se fomentaría una retribución económica justa del pueblo propietario de los conocimientos tradicionales.

Debido a que los productos que por lo general se protegen bajo una indicación geográfica son productos tradicionales, es importante que el Estado promueva la comercialización de los mismos, incluyendo expresiones equivalentes a "comercio justo", "producto ecológico", "producto elaborado con conciencia ambiental", "comercio sostenible", entre otras expresiones que denoten que el producto ha seguido unos estándares sostenibles básicos. Esto es positivo, pues, no solo se conseguiría diferenciar el producto, sino también conseguir un determinado sector de mercado nacional y

²⁰⁶ Palau Ramírez, “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”, 40.

²⁰⁷ Mamani, “Los cambios de política en materia de propiedad intelectual en la CAN. De un ‘régimen común’ a un ‘régimen *sui generis*’”, 25 – 6.

extranjero.²⁰⁸

En conclusión, la protección del origen es una forma de monopolio colectivo que constituye una barrera de entrada para terceros productores, y un instrumento adecuado para convertir el conocimiento colectivo y tradicional en patrimonio de una comunidad, que genera bienestar e ingresos económicos para la colectividad.²⁰⁹

3.3.2. Papel de los administradores del origen geográfico

Como se analizó en el apartado anterior, los administradores del origen geográfico son los consejos reguladores, los cuales deben ser creados de acuerdo con el producto que se protege a través de una declaración de protección. Los administradores del origen geográfico no son los titulares del mismo; sin embargo, el Estado les otorga las facultades necesarias para que puedan ejercer sus derechos y obligaciones sobre las denominaciones de origen.

El papel de un consejo regulador, además de administrar las denominaciones de origen, debe estar basado en una política de capacitación al productor, pues muchas veces el fabricante desconoce cuál es la naturaleza del origen geográfico, y el hecho de que el titular de la misma sea el Estado puede desalentar a los productores, haciendo que ellos opten por otros tipos de protección de la propiedad intelectual, como por ejemplo las marcas.

Los pocos registros de DO indican que los comerciantes prefieren el manejo de sus productos como marcas, sin tener en cuenta que muchos de estos podrían responder a los requisitos de una DO, tal vez por desconocimiento o por la influencia norteamericana de manejar todo lo referente a la producción como marcas.

[...]

No obstante, en nuestro país respecto a las DO existe resistencia entre muchos de los productores nacionales por este sistema de protección, ignorando las ventajas de contar con esta clase de signo distintivo, pero el hecho de tener este reconocimiento los productos pertenecen a una colectividad y hace que el concepto de buscar una DO sea escasa y poco atractiva, prefiriendo manejarlos como marcas que otorgan una exclusividad individual al productor.²¹⁰

En consecuencia, el consejo regulador debe crear un currículo de capacitación al productor, de la mano con el SENADI, para que el consejo regulador sea el vehículo de

²⁰⁸ Palau Ramírez, “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”, 33.

²⁰⁹ *Ibíd.*, 31.

²¹⁰ Ceballos et al., “Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los TLC suscritos por Colombia”.

comunicación entre el SENADI y los productores, no solo capacitándolos en temas de propiedad intelectual, sino también en el conocimiento técnico del producto en el que son especialistas. Esto, no solo para crear una conciencia sobre las ventajas de la denominación de origen, sino también como una manera de cultivar el sentido de apropiación de la denominación de origen o la especialidad tradicional garantizada en el productor.

En ese orden de ideas, las DO presentan ventajas múltiples, pero entre las principales que se han enumerado cabe mencionar que fomenta ventajas en la organización de los diferentes sectores productivos, mejora el posicionamiento del producto protegido, allana el camino para ingresar al comercio nacional e internacional toda vez que son sinónimos de calidad, lo cual es una posición que ratifica la OMPI.²¹¹

Los consejos reguladores deben ser el medio para comunicar al productor con el Estado, dar a conocer el producto al consumidor, capacitar al productor, crear una conciencia sobre la realidad de su producto, y ser el representante de la sociedad ante la justicia en caso de cometerse una infracción en contra de una figura de protección del origen geográfico. Una denominación de origen bien administrada traerá consecuencias beneficiosas para todos los actores de la sociedad, lo cual se conseguirá únicamente gracias a la creación de entes claves como los consejos reguladores.

La denominación de origen, convenientemente utilizada, tiene indudables efectos benévolos sobre el mundo rural y en particular sobre los empresarios y productores de ese mundo, sobre los consumidores y, en consecuencia, sobre el interés económico general. Lo que, como no podía ser de otro modo, exige de una regulación jurídica que permita extraer de la denominación de origen todo lo que de bueno puede salir de ella.²¹²

Entre las ventajas que podemos traer a colación, está la representación internacional que el producto protegido significaría para el país, la promoción de la actividad artesanal a mayores escalas, un incremento en las exportaciones de dichos productos, y, en síntesis, mayor desarrollo económico.

Podría sintetizarse, entonces, que con la implementación de las denominaciones de origen se puede obtener valor económico en los productos locales reconocidos como DO, protección jurídica a nivel nacional e internacional de los mismos, dar a conocer productos autóctonos de los países, promoción y desarrollo de empresas familiares dedicadas a las artesanías y elaboración de productos alimenticios fabricados de manera

²¹¹ Ceballos et al., “Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los TLC suscritos por Colombia”.

²¹² Benjamín Peñas Moyano, “Algunas cuestiones en torno a la denominación de origen como signo distintivo”, en Estudios Jurídicos de Derecho Agrario, España Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, https://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/95290_21.pdf

tradicional, promoción de las exportaciones para dichos productos, pero todo dentro de un marco de trabajo mancomunado de una región determinada.²¹³

Finalmente, veamos cuál es el papel de la sociedad en torno al origen geográfico.

3.3.3. Papel de la sociedad frente al origen geográfico

Como sociedad y consumidores, nuestro principal aporte al sistema de protección del origen geográfico es apoyar el comercio de estos productos. Es decir, consumirlos y sentirnos orgullosos de que un producto de características tan especiales proviene de nuestro país. Adquirir un producto con denominación de origen implica un valor agregado para el consumidor.

Así las DO se convierten en un plus para los productos que son fabricados bajo las connotaciones de lo que ello implica, toda vez que los procesos en algunos casos artesanales de elaboración, clima, región, suelo hace que estos productos tengan unas características relacionadas con el lugar de elaboración. Lo cual constituye una ganancia para el consumidor final que está dispuesto a pagar un valor mayor pero con calidad por las características que denotan en un producto una DO.²¹⁴

Y es que adquirir un producto protegido a través de una denominación de origen, no solo implica un producto de características especiales, sino también significa para el ecuatoriano, conocer y apropiarse de los conocimientos tradicionales de su pueblo, y reconocer la riqueza que tiene su tierra.

Pues, las DO implican para el consumidor final un elemento diferenciador de otros similares, por los cuales el mercado estará en disposición de pagar un poco más en aras de obtener calidad por un producto reconocido por sus propiedades, materias primas, formas de elaboración. Por lo tanto, nuestro país debe, dentro de su prospectiva de gobierno, estimular la generación de políticas públicas de fomento a las DO por su alto valor económico, social y cultural.²¹⁵

Y no solo que el consumidor adquiere un producto de calidad, sino que además se garantiza al consumidor que el mismo tiene determinado origen, por lo que el fin informativo de una denominación de origen se convierte en una herramienta de defensa frente al fraude, ya que, si el consumidor se considera engañado, tiene todo el derecho y la ley lo faculta para que inicie acciones en contra del empresario, por prácticas engañosas.

²¹³ Ceballos et al., “Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los TLC suscritos por Colombia”.

²¹⁴ *Ibíd.*

²¹⁵ *Ibíd.*

Finalmente, los signos, DO, a nivel nacional e internacional, constituyen un medio de defensa para el consumidor en el ámbito comercial y se convierten en un valor agregado, toda vez que al obtener la denominación de origen se obtiene la exclusividad en el producto para ser explotado en los países que así la reconozcan y debe ser fomentado por el Estado.²¹⁶

La importancia no sólo radica en fomentar el orgullo nacional. Si bien es cierto que las ganancias a obtener en el corto plazo y en el mercado ecuatoriano podrían ser poco importantes, no es menos cierto que los productos protegidos a través de una indicación geográfica facilitan la incursión en el mercado internacional, por lo que se podrían obtener mayores ganancias para el país y sus productores.²¹⁷

²¹⁶ Ceballos et al., “Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los TLC suscritos por Colombia”.

²¹⁷ Revilla, “Un acercamiento económico a la protección de las indicaciones geográficas”, 55.

Conclusiones

El origen geográfico en Ecuador todavía tiene un largo recorrido por hacer. Es posible que despunte en unos años en nuestro país. Para ello, debemos comprender que en el pasado no se impulsó a las figuras de protección del origen geográfico de una manera adecuada. A ello, se suma la falta de desarrollo normativo y la ausencia de estímulo a los productores para que protejan sus productos a través de este sistema, lo cual se dificulta aún más cuando no existe una adecuada estructura gubernamental, con funcionarios especializados en materia de origen geográfico y especialidades tradicionales garantizadas.

Las indicaciones geográficas son una forma de protección de productos cuyas características se deben a su lugar de origen, a través de figuras como las denominaciones de origen o las indicaciones de procedencia, dependiendo de las características del producto que se busca proteger.

Las indicaciones geográficas tienen como principal función informar a los consumidores, pues indican determinadas características de un producto, y además constituyen un valor agregado para el consumidor, por la calidad de los productos identificados con ellas.

Ecuador posee cinco declaraciones de protección del origen geográfico: Sombrero de Montecristi, Cacao Arriba, Café de Galápagos, Maní de Trans-Kutukú y Pitahaya de Palora. Sin embargo, la cantidad de declaraciones de protección de denominaciones de origen no responde a la realidad de la cantidad de productos que podríamos proteger, por lo que es necesario darle un mayor impulso a la protección del origen geográfico, en pos de obtener beneficios económicos para el país, en especial para los productores.

El COESC se apega al contenido de la Decisión 486. No obstante, en su estructura, regula a las denominaciones de origen, a las especialidades tradicionales garantizadas y a las indicaciones de procedencia a través de capítulos separados, como si se tratara de figuras no relacionadas. Por lo tanto, se propone una nueva clasificación, considerando que las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia son especies del género indicación geográfica. Por otro lado, se incluye también la protección de productos agroalimentarios como género, y las especialidades tradicionales garantizadas como especie. Todo ello, emulando a la legislación comunitaria europea, pero sin contrariar a la legislación comunitaria andina.

Actualmente, el COESC no establece quién es titular de las declaraciones de protección del origen geográfico. Es decir, la ley no determina la titularidad de las denominaciones de origen ni las de las especialidades tradicionales garantizadas. Es necesario que la ley determine que el Estado es el titular de manera expresa, para evitar interpretaciones erróneas a la ley, sobre todo, porque toda denominación de origen lleva en su esencia, de manera intrínseca conocimientos tradicionales, los cual no deberían ser apropiables.

Se propone la inclusión de una nueva categoría de bienes intangibles susceptibles de proteger a través de figuras de protección del origen geográfico: los servicios. Los mismos, estableciendo unos parámetros mínimos adecuados, podrían ser protegidos e impulsados, sobre todo a nivel del sector turístico en Ecuador.

Los procedimientos de registro de las indicaciones de procedencia deben ser derogados de la ley, pues, por su naturaleza, son susceptibles de protección a través del régimen de competencia desleal, debido a que es posible cometer prácticas engañosas por el mal uso de indicaciones de procedencia.

Es importante que crear dentro del SENADI una dirección especializada en protección del origen geográfico y de productos agroalimentarios, para que se puedan iniciar investigaciones sobre denominaciones de origen y especialidades tradicionales garantizadas, y puedan ser impulsadas de la mano de especialistas.

Al ser de titularidad estatal, la protección del régimen de indicaciones geográficas y productos agroalimentarios debe ser de iniciativa estatal, en razón de que al Estado le corresponde procurar beneficios para los productores y consumidores. Por lo tanto, sería justo que el impulso del proceso de solicitud provenga del propio Estado, y no que recaiga sobre el productor.

La creación de los consejos reguladores y la concesión de facultades de administración del origen geográfico a dichos consejos es clave para el desarrollo de estas formas de protección. El principal rol del consejo regulador es, además de administrar, promover y promocionar la denominación de origen, capacitar al productor sobre el producto.

La sociedad es un actor fundamental en el desarrollo de las denominaciones de origen y de las especialidades tradicionales garantizadas, principalmente porque será la que establezca la demanda de un producto que tiene un valor agregado y unas características únicas, lo cual determinará el éxito de estos productos.

Entre las ventajas que obtenemos de las figuras de protección del origen, están la

representatividad del país a nivel internacional, promoción de las actividades económicas de nuestros artesanos a escala nacional e internacional, incremento de las exportaciones y cultivo de la conciencia de nuestra herencia cultural.

Recomendaciones

El objetivo del desarrollo normativo de las figuras de protección del origen es que las mismas sean aplicadas en la vida práctica, y utilizadas como una herramienta de desarrollo económico.

Entre el Estado, los productores y los consumidores, aspiramos tener un sistema de protección del origen que, aplicado en la práctica, sea de beneficio para todos. Con un sistema eficiente, los productores podrían obtener un reconocimiento por el valor agregado de sus productos y los consumidores, no solo sabrán que están consumiendo un producto de alta calidad, sino que el impulso hará que la demanda crezca, y, por ende, aumente su precio. La proyección a futuro, además de centrarse en obtener una mayor cantidad de registros de figuras de protección del origen, debe encaminarse a que los productos protegidos sean de alta calidad y con los estándares previstos para tales productos.

Muchos de los productos que se elaboran bajo una figura de protección del origen van de la mano con conocimientos tradicionales. No es posible que un sombrero de Montecristi sea elaborado con conocimientos estándar, sino que la forma del tejido y la selección de materiales es un conocimiento que ha sido transmitido de generación en generación. Como no todos los productores tienen estos conocimientos en sus manos, el reto consistirá en documentar de manera clasificada y organizada todo el proceso que conlleva la elaboración de los productos que se desea proteger bajo una figura de origen, y transmitirlos de manera adecuada.

El reto para el comerciante será crear, a través de herramientas de mercadeo adecuadas, alianzas y promociones, y hacer partícipe al consumidor de una cultura de consumo del producto protegido bajo denominación de origen, haciendo hincapié en tres aspectos: el apoyo al productor nacional, el consumo de productos ecuatorianos de alta calidad y el cultivo del orgullo nacional.

Para el consumidor, no se trata tanto de un reto, sino más bien de un compromiso. El compromiso para el consumidor será afianzar la cultura de consumo de productos ecuatorianos. Pero este compromiso desemboca en un beneficio: el consumidor obtiene conocimientos sobre la cultura de su país, y consume productos con un propósito puntual.

Por su parte, el Estado tendrá un desafío económico. Sin recursos económicos, es imposible la creación de una división independiente dentro del SENADI, dedicada

exclusivamente a las figuras de protección del origen geográfico y los productos agroalimentarios, algo que definitivamente es necesario si se quiere dar un impulso adecuado a esta modalidad de protección.

A continuación, se mencionan algunos de los primeros pasos que se deberían tomar para impulsar de manera adecuada la protección del origen geográfico y los productos agroalimentarios. En primer lugar, es necesaria una reforma en el Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación. En este sentido, la Asamblea Nacional, con apoyo del SENADI y de todos los actores de la sociedad involucrados en la protección y promoción del origen geográfico, deberían modificar la clasificación de las distintas figuras del origen de acuerdo con los instrumentos internacionales ratificados por el país, para que exista una concordancia, establecer el procedimiento de registro de las figuras de protección del origen, creando un sistema exclusivo para las mismas y reforzar el rol de los consejos reguladores para que dichos Consejos sean los administradores de las figuras de protección del origen, de acuerdo con el producto que se pretende proteger.

En segundo lugar, es prioritaria la creación de una unidad independiente dentro del SENADI especializada y dedicada a la protección de las indicaciones geográficas y los productos agroalimentarios. Esta dirección no se debe dedicar únicamente a analizar las solicitudes presentadas y conceder la correspondiente declaración, sino que además debería tener entre sus atribuciones, las de crear un listado de potenciales productos elegibles para ser protegidos por una de las figuras de protección del origen, promover la protección de servicios a través de las figuras de protección del origen e investigar cuáles productos son idóneos para conceder una declaración de protección de denominación de origen o de especialidad tradicional garantizada y finalmente, crear un plan de educación al productor para capacitarlo en temas de propiedad intelectual, así como reforzar los conocimientos relacionados con la naturaleza de la denominación de origen y la especialidad tradicional garantizada.

Por último, la agenda del SENADI debe incluir la promoción a la capacitación a los productores a través de los consejos reguladores con apoyo del Estado. Por lo tanto, los consejos reguladores, con apoyo del SENADI, deberían capacitar de manera regular al productor en el ámbito técnico, para que obtenga conocimientos actualizados sobre su producto, difundir la importancia de sus actividades, coordinar la promoción y marketing de las denominaciones de origen que administran y apadrinar a otros consejos reguladores nuevos, para asesorarlos en su rol dentro del impulso de las figuras de protección del

origen geográfico.

Una vez que los productores estén capacitados sobre nociones de propiedad intelectual y las figuras de protección del origen, los productores estarán preparados para identificar por su propia cuenta los activos intangibles que pueden ser protegidos a través de dichas figuras, e incluso otros sistemas de protección de la propiedad intelectual, lo cual repercutirá en su crecimiento como empresarios.

Por lo tanto, es importante la planificación de talleres de acuerdo con cada tipo de producto y, a partir de esto, materializar los conocimientos que son relevantes dentro de la producción. Esta labor corresponde a los propios consejos reguladores, que son especialistas en el producto y su ámbito técnico.

Bibliografía

- Albán Pinto, Humberto. *La propiedad intelectual y la propiedad industrial en el derecho*. Quito: Ediciones Fausto Reinoso, 2013.
- Ana María Pacón, “La regulación de las indicaciones geográficas en la Comunidad Andina”. En *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*. Dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012.
- Animal Gourmet. “Denominaciones de Origen: Historia, Mitos y Fraudes”. Accedido: 9 de junio del 2018. <http://www.animalgourmet.com/2016/07/12/denominaciones-de-origen-historia-mitos-y-fraudes/>.
- Arana, María del Carmen. “Las denominaciones de origen: una metodología para su reconocimiento”. En *Revista de la Competencia y la Propiedad Industrial*. <https://www.scribd.com/document/232725801/Maria-del-Carmen-Arana-pdf>
- Asociación de productores Nueva Esperanza. “Sostenibilidad para los agricultores”. Accedido: 10 de agosto del 2018. <http://asonuevasperanza.com/nosotros.html>.
- Barco Royo, Emilio. “Denominaciones de origen: La incidencia de la localización y deslocalización”. En *Revista Distribución y Consumo*. Noviembre – diciembre 2007, http://www.mercasa.es/files/multimedios/1288205986_DYC_2007_96_27_39.pdf.
- Bolivia, Servicio Nacional de Propiedad Intelectual. “Guía de las Denominaciones de Origen geográfico”. *Servicio Nacional de Propiedad Intelectual, Bolivia*. Accedido: 13 de marzo del 2017. [http://www.senapi.gob.bo/manuales/guiaDenominacionesOrigen geográfico.pdf](http://www.senapi.gob.bo/manuales/guiaDenominacionesOrigen%20geogr%C3%A1fico.pdf).
- British Broadcasting Corporation. “El pueblo ecuatoriano donde se tejen los sombreros más finos y caros del mundo”. 5 de enero del 2016, https://www.bbc.com/mundo/noticias/2016/01/151221_ecuador_sombreros_seda_paja_caros_mz.
- Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de España. “Características de los servicios”. *Plan Cameral*. Accedido: 31 de agosto del 2018. <http://www.plancameral.org/web/portal-internacional/guias-online-exportacion/-/guias-online-exportacion/0d594e01-c614-45fe-83a6->

246a27f75fab.

- Cambra Fierro, Jesús y Villafuerte Martín, Antonio. “Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas: Justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España”. En *Colección Mediterráneo Económico: "El nuevo sistema agroalimentario en una crisis global"*. Fundación Cajamar. <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/15/15-267.pdf>
- Canal de Youtube del Instituto Iberoamericano del Patrimonio Cultural y Natural IPANC CAB. “Los dulces patrimoniales de Rocafuerte”. Video de YouTube, documental, 2017, 5:52. <https://youtu.be/BPbuHw1u2Ew>.
- Ceballos, Raquel y García, Isabel. “Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los TLC suscritos por Colombia”. En *Revista Prolegómenos. Derechos y Valores*. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. <http://www.redalyc.org/html/876/87629921011/>.
- Clemente, José et al. “Importancia del Origen Geográfico en el Consumo de Productos Agroalimentarios”. En *Scripta Nova Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. 20 de julio del 2011. <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-369.htm>.
- Comisión de la Comunidad Andina. Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial. 19 de septiembre de 2000. <http://intranet.comunidadandina.org/Documentos/Gacetitas/Gace600.pdf>
- Correa, Carlos. “Propiedad Intelectual y Políticas de Desarrollo”, en *Temas de Derecho Industrial y de la Competencia*. Buenos Aires: Editorial Ciudad Argentina, 2005.
- De Sousa Borda, Ana Lucía. “Estudio de las indicaciones geográficas, marcas de certificación y las marcas colectivas. Su protección en Brasil e importancia en el contexto internacional.”. En *Derechos Intelectuales*, Vol. 10. Ciudad de Buenos Aires: Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma, 2003.
- Diario El Comercio. “Los dulces cuencanos del Corpus Christi tienen nombres singulares”. 19 de junio del 2014. <https://www.elcomercio.com/actualidad/dulces-cuencanos-corpuschristi-turismo.html>
- _____. “Palora, la tierra de la pitahaya que va a Estados Unidos”. 16 de julio del 2018. <https://www.elcomercio.com/actualidad/palora-tierra-pitahaya-estados-unidos.html>
- Diario El Mundo España. “Historia del sombrero Panamá que popularizó Theodore

- Roosevelt”. 25 de marzo del 2015.
<http://www.elmundo.es/tendencias/2015/03/25/55116a13e2704ee9178b456d.html>.
- Diario El Telégrafo. “Las tradicionales allullas refuerzan el nombre turístico de Latacunga”. 17 de agosto del 2014.
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/las-tradicionales-allullas-refuerzan-el-nombre-turistico-de-latacunga>.
- Diario El Tiempo. “Ecuador, la tierra del chocolate”. 16 de septiembre del 2016.
<https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/398014/ecuador-la-tierra-del-chocolate>.
- Diario El Universo. “Otavaleña impone su marca en diseños hechos a mano”. 23 de marzo del 2017.
<https://www.eluniverso.com/tendencias/2017/03/23/nota/6102670/otavalena-impone-su-marca-disenos-hechos-mano>.
- Diario La Vanguardia. “Así nos engaña la industria sobre el origen de los alimentos”. 16 de julio del 2018. <https://www.lavanguardia.com/comer/al-dia/20180716/45868691293/estafa-origen-productos-alimentos-comida-supermercado-engano-etiqueta.html>.
- Ecuador Ministerio de Agricultura y Ganadería. “Galápagos tendrá su propio café de origen”. Accedido: 29 de agosto del 2018.
<http://www.agricultura.gob.ec/galapagos-tendra-su-propio-cafe-de-origen-2/>
- Ecuador Ministerio de Comercio Exterior. “Tratamiento de las Indicaciones Geográficas en el Acuerdo Comercial Multipartes (ACM) con la UE”. Ficha no. 6. Accedido: 5 de septiembre del 2018. <https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/11/6-Ficha-Propiedad-Intelectual-indicaciones-geograficas-16-11-2016.pdf>
- Ecuador Ministerio de Cultura y Patrimonio. “Corviche”. Wiki de Patrimonio Alimentario. Accedido: 5 de septiembre del 2018.
<http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Corviche>
- Ecuador Ministerio de Turismo. “El sombrero de paja toquilla, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”. 8 de agosto del 2014.
<https://www.turismo.gob.ec/el-sombrero-de-paja-toquilla-patrimonio-cultural-inmaterial-de-la-humanidad/>
- _____. “Se trabaja para promocionar el Café de Galápagos”. 7 de diciembre del 2017.

- <https://www.turismo.gob.ec/se-trabaja-para-promocionar-al-cafe-de-galapagos/>
Ecuador Servicio Nacional de Derechos Intelectuales. “Denominación de Origen”.
Accedido 25 de abril de 2018.
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/denominacion-de-origen/>.
- ____. “Denominación de Origen”. 18 de julio del 2014.
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/familia-pachay-historia-viva-del-sombrero-de-montecristi/>.
- ____. “El año de las Denominaciones de Origen”. 23 de abril del 2014.
<https://www.propiedadintelectual.gob.ec/el-ano-de-las-denominaciones-de-origen/>.
- ____. Solicitud no. IEPI-2017-46572, trámite de registro de la denominación de origen
“Pitahaya de Palora”, Ingresado el 18 de julio del 2017.
- Ecuador. Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e
Innovación. Registro Oficial 899, Suplemento, 9 de diciembre del 2016.
- ____. Ley de Propiedad Intelectual. Registro Oficial 320, 19 de mayo de 1998.
- ____. Ley de Propiedad Intelectual. Registro Oficial 426, Suplemento, 28 de diciembre del
2006.
- ____. Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado. Registro Oficial 555,
Suplemento, 13 de octubre del 2011.
- El Emprendedor. “Café de Galápagos, uno de los más caros del mundo”. Accedido: 29
de agosto del 2018. [http://www.emprendedor.ec/cafe-de-galapagos-uno-de-los-
mas-caros-del-mundo/](http://www.emprendedor.ec/cafe-de-galapagos-uno-de-los-mas-caros-del-mundo/)
- Felipe Palau Ramírez, “La protección de las indicaciones geográficas y su relación con el
derecho de marcas y de la competencia desleal”. En *La protección de las
indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad
Andina*. Dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón. Valencia: Tirant Lo
Blanch, 2012.
- Fernandini, Claudia. “Las denominaciones de origen peruanas. Estableciendo una nueva
hoja de ruta”. En *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones
de origen: Europa y Comunidad Andina*. Dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María
Pacón. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012.
- Freire, Jaime. “Entrevista a ‘Papá Cacao’, parte de la historia del cacao arriba”, audio de
SoundCloud, a partir de una entrevista para la Agencia Noticias Especializada en
Propiedad Intelectual, 2014, 2:26,

https://soundcloud.com/iepi_ecuador/entrevista-papa-cacao-parte-de-la-historia-del-cacao-arriba.

Fundación Chankuap Recursos para el Futuro. “Se inició la compra de la segunda cosecha de maní de este año en el centro de acopio y transformación”. 2 de octubre del 2017. <http://chankuap.org/se-inicio-la-compra-de-la-segunda-cosecha-de-mani-de-este-ano-en-el-centro-de-acopio-y-transformacion/>

Gamboa Vilella, Patricio. “Las Denominaciones de Origen geográfico en el Perú”, En *World Intellectual Property Organization*. Acceso: 27 de marzo del 2017. http://www.wipo.int/edocs/mdocs/geoind/es/wipo_geo_lim_11/wipo_geo_lim_11_7.pdf.

Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. “Propiedad Intelectual: Historia, Desarrollo, Ecuador”. Quito: Unimarket, 2014.

López Escudero, Manuel. “La protección de las denominaciones geográficas en la UE. Nuevas perspectivas tras la adopción del Reglamento 510/2006”. En *Revista de Derecho Comunitario Europeo*. Mayo – agosto 2006. Num. 24. <https://recyt.fecyt.es/index.php/RDCE/article/download/47243/28725>.

Mamani, Wilson. “Los cambios de política en materia de propiedad intelectual en la CAN. De un “régimen común” a un “régimen sui géneris””. Quito: Corporación Editora Nacional, 2013.

Molina, Marcela S. “Las funciones del Consejo Regulador en el régimen de Denominación de Origen”. Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe. España y Portugal. Mayo 2016. <http://www.redalyc.org/html/4695/469546449009/>.

_____. “La titularidad de las designaciones de origen geográfico en el Derecho Argentino y su condición jurídica (pública o privada)”. En *Revista Iberoamericana de la Propiedad Intelectual*. Número 2. Febrero 2014. <https://ar.ijeditores.com/articulos.php?idarticulo=67534&print=2>.

Organización Mundial de Comercio. *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio*. 1 de enero de 1995.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*, 1883.

_____. “Indicaciones Geográficas”. Accedido: 9 de junio 2018. http://www.wipo.int/geo_indications/es/.

_____. Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su

- Registro Internacional. 28 de septiembre de 1979.
- Página web de Helados de Salcedo. Accedido: 9 de junio del 2018.
<http://www.heladosdesalcedo.com/>
- Palau Ramírez, Felipe. “Conocimientos tradicionales, indicaciones geográficas y desarrollo”. En *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*. Dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012.
- Palau, Felipe y Pacón, Ana María. *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*. Dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012.
- Panamá. *Ley de Propiedad Intelectual*. 5 de octubre del 2012.
<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/pa/pa038es.pdf>.
- Parraguez Ruiz, Luis. “Régimen Jurídico de los bienes”. Quito: Ediciones Iuris Dictio, 2015.
- Peñas Moyano, Benjamín. “Algunas cuestiones en torno a la denominación de origen como signo distintivo”. En *Estudios Jurídicos de Derecho Agrario, España Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*.
https://www.mapama.gob.es/ministerio/pags/Biblioteca/fondo/pdf/95290_21.pdf
- Perú. Ley N° 28331. *Ley Marco de los Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen*. 23 de julio del 2004.
- Plataforma Francia. “Francia de los AOC - Denominación de Origen Controlada”. En *France*. Accedido 17 de febrero de 2018. <http://es.france.fr/es/infosredac/francia-de-los-aoc>.
- Portafolio. “Denominación de origen, buen negocio, pero aún es incipiente”. 21 de enero del 2015. <http://www.portafolio.co/negocios/empresas/denominacion-origen-buen-negocio-incipiente-26178>.
- Revilla, Víctor. “Un acercamiento económico a la protección de las indicaciones geográficas”. En *La protección de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*. Dir. Felipe Palau Ramírez y Ana María Pacón. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012.
- Ruíz, Marcelo. “Manual de Propiedad Intelectual”. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones, 2013.
- Salazar Loggiodice, Daniel Octavio. “Propiedad intelectual y Conocimientos Tradicionales Indígenas”. Saarbrücken: Editorial Académica Española, 2011.

- Sanchis Moscardó, Jesús. “El sombrero de paja toquilla: tradición hecha arte en Ecuador”.
El Comercio. 19 de febrero del 2015.
<https://www.elcomercio.com/actualidad/sombrero-pajatoquilla-tradicion-montecristi.html>.
- Schiavone, Elena. “Indicaciones Geográficas”. En *Derechos Intelectuales*. Vol. 10.
Ciudad de Buenos Aires: Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma, 2003.
- Sitio web del Gobierno Autónomo Descentralizado de Palora. Accedido: 28 de agosto del
2018. <http://www.palora.gob.ec/web/index.php/2016-07-06-18-01-03/ubicacion>
- Territorio Indígena y Gobernanza. Accedido: 25 de agosto del 2018.
http://www.territorioindigenaygobernanza.com/necu_12.html
- Unión Europea, *Reglamento de la Unión Europea No 1151/2012 del Parlamento Europeo
y del Consejo del 21 de noviembre de 2012, sobre los regímenes de calidad de los
productos agrícolas y alimenticios*.
- Vázquez de la Torre, Genoveva Millán y Agudo Gutiérrez, Eva María. “El turismo
gastronómico y las Denominaciones de origen en el sur de España: Oleoturismo.
Un estudio de caso”. En *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural Pasos*, Vol. 8
No. 1.
<https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/8411/millan1.pdf?sequence=1>
- Viciano Pastor, Javier. “Derecho de la competencia y entidades que gestionan
indicaciones geográficas”. En *La protección de las indicaciones geográficas y
denominaciones de origen: Europa y Comunidad Andina*. Dir. Felipe Palau
Ramírez y Ana María Pacón. Valencia: Tirant Lo Blanch, 2012.

Anexo 1

Entrevista a María José Bucheli - 4 de julio del 2018

¿Cuáles son las nuevas reformas que ha introducido el COESC en materia de indicaciones geográficas?

Actualmente el tema de indicaciones geográficas y de denominaciones de origen es de un gran impulso para la institución, y la idea es promover este proceso y no quedarnos estancados como se ha venido haciendo en las anteriores administraciones, sino la idea es darle el impulso necesario. En cuanto al COESC puedo decirte que ha habido no mayores reformas como tal, sino más bien modificaciones que en la práctica no han sido consideradas para los procesos que se deben manejar con denominaciones de origen, pero tenemos una referencia básica de lo que establece la decisión 486, si tu validas la Decisión 486 y el COESC no hay muchas diferencias, tienen bastante similitud, hay ciertas pequeñas cosas que se rigen más en base a la legislación nuestra, y lo que se debe establecer en el país, pero es tal cual nos regimos a lo que se establece en la decisión 486. Entonces, mayor injerencia en cuanto a reglamentación o a las nuevas normativas, no hay. No hay algo que sea totalmente relevante, que yo pueda decir que cambiamos el contexto y lo establecimos así porque es beneficioso para el país o perjudicial en cierta forma, no hay mayor injerencia, nos regimos básicamente a lo que estableció la Decisión 486.

¿Con relación a otros cuerpos legales internacionales, se ha tomado algo para incorporar a los nuevos reglamentos?

No, estamos basados en la Decisión 486 y los ADPIC, estamos atados a eso y nos sirven como referencia para tomar una decisión en cuanto a una denominación de origen o una indicación geográfica. Pero que adicional a lo que haya establecido en el COESC, no se ha hecho el proceso de incorporar algo nuevo de otra legislación. O sea, nos seguimos rigiendo a lo que está actualmente establecido.

Actualmente con el COESC en vigencia, ¿qué se está trabajando en los Reglamentos?

En los reglamentos básicamente con respecto a denominaciones de origen e indicaciones geográficas, está establecido como tal todo el proceso: qué tiene que contener una solicitud de denominación de origen, a quién le pertenece esa denominación de origen, quién debe demostrar el legítimo interés para poder demostrar si esa denominación de origen se puede declarar o no, qué requisitos debe contener la entidad reguladora o el consejo regulador dependiendo cómo el SENADI lo quiera determinar. Es básicamente todo el proceso técnico, qué debe contener el proceso de inspecciones que nosotros realizamos hacia los lugares que determina la declaratoria de una denominación de origen, el aspecto técnico que se trabaja en conjunto no sólo con la Dirección de Propiedad Industrial, sino con la Dirección de Obtenciones Vegetales, ellos son los técnicos encargados de hacer todo el proceso de levantamiento de información en cuanto a la determinación del clima, del suelo y las características generales que le determinan al producto como un producto específico para poder ser declarado como denominación de origen. Entonces en los reglamentos se podrá encontrar toda esa información de manera específica para en base a eso nosotros tener un referencial y avanzar con la mayor cantidad posible de declaraciones que podamos tener.

En el COESC si se prevé la posibilidad de crear la figura de los consejos reguladores

Así es, pero los requisitos se establecerán mediante un reglamento.

Entonces en el reglamento ya se va a establecer cómo conforman estos consejos reguladores, ¿quiénes van a estar, cuáles facultades van a tener, todo específicamente, y sería un consejo regulador por cada producto?

Exactamente, sería un consejo regulador por cada producto tal como se maneja en legislaciones internacionales.

¿Y la titularidad de la denominación sería de este Consejo Regulador, o se quedaría en el IEPI?

No, la titularidad es del Estado, no es del SENADI. A pesar de que no está establecido en el COESC, se establecerá en el Reglamento. Se va a dar una aclaración pertinente de que la denominación de origen le pertenece al Estado. Si los productores quieren hacerse beneficiarios a través de esta declaratoria, pueden acceder a través de una autorización de uso. Entonces, ingresan una solicitud de autorización de uso, validamos que cumplan con el pliego de condiciones por el cual fue declarado el producto, si ellos cumplen con todos los requisitos establecidos en el pliego de condiciones, le otorgamos una autorización de uso que tiene vigencia de diez años, tal cual una marca.

¿Pero la autorización no debe ser otorgada por el consejo regulador?

Una vez creado el consejo regulador, sería este el que otorgue la autorización. Como nos encontramos funcionando actualmente sin tener el reglamento estructurado aún, lo hemos hecho a través de nosotros mismos. Entonces nosotros mismos hacemos el proceso de inspección, hacemos todo el proceso para llegar a otorgar a todos los productores la autorización de uso.

Pero igual será más conveniente tener a los consejos reguladores, pues no habrá esta traba técnica, pues en el IEPI son especialistas en propiedad intelectual y no en el producto en sí.

Exactamente, entonces por eso hemos recibido aporte en las últimas denominaciones de origen del Ministerio de Agricultura, que ellos tienen a los expertos y técnicos encargados de los procesos, y ellos nos ayudan de cierta forma a hacer el levantamiento de la información que nosotros necesitamos corroborar el momento que se haga el proceso de inspección. El MAG hace un estudio de factibilidad, por ejemplo, dentro del expediente de la denominación de origen de la Pitahaya de Palora, que fue la última declarada, se incorporaron algunos estudios de factibilidad, y nuestros técnicos hicieron algunas observaciones que hacían falta al proceso y ellos siguieron entregando más información que pudieran subsanar, pero esto es un trabajo en conjunto con el MAG. Los productores lo hicieron brindando toda la información que ellos podrían tener, pero fue el MAG quien desarrolló el proceso técnico como tal. Completaron la solicitud, demostraron el legítimo interés que tenían los productores, vinieron al SENADI, ingresaron la solicitud, y dijeron nosotros tenemos el interés de demostrar a ustedes que la Pitahaya Amazónica de Palora puede ser declarada como denominación de origen. El MAG respalda estos estudios y afirma que ellos han trabajado en conjunto y determinamos que efectivamente es un producto característico que puede servir para ser declarado como denominación de

origen. ¿Qué hicimos nosotros? Corroborar la información que ellos nos proporcionaron, porque si nos vienen a solicitar al SENADI un producto para ser declarado como denominación de origen, nosotros desconocemos la procedencia del producto, tenemos desconocimiento de dónde procede, qué características debe tener, son ellos quienes nos deben proporcionar esa información para simplemente nosotros hacer las verificaciones respectivas. Si usted me dice en el estudio de factibilidad que el producto debe tener un tamaño específico, pues voy al sitio, verifico que el producto tenga ese peso, ese color, todas las características físicas del producto nosotros vamos a corroborar. Si efectivamente conlleva todo lo que nos demostraron a través del estudio realizado, el departamento de Obtenciones Vegetales que son los técnicos, elaboran un informe, y en ese informe ellos a la Dirección de Propiedad Industrial nos dan las recomendaciones respectivas, y nos indican que el producto cumple con lo establecido y queda en sus manos la parte jurídica que es la parte de propiedad industrial, elaborar la resolución de concesión o negación, es una competencia directamente nuestra, hacemos un consenso, una reunión con el Director Nacional de Propiedad Industrial, analizamos todo el expediente, y en base a eso emitimos la resolución.

Con la creación del nuevo SENADI, ¿va a crearse una nueva dirección o algún departamento que esté especializado en denominaciones de origen, o lo va a seguir manejando la Dirección de Obtenciones Vegetales?

La unidad de marcas. El tema de las denominaciones de origen no es considerado un signo distintivo, pero es parte de un proceso de marcas, porque hay muchos procesos en los cuales nos regimos tal cual una registrabilidad de una marca, hacemos búsqueda fonética, hacemos verificación de anterioridades, si una marca ha sido declarada antes como una denominación de origen no podemos conceder una denominación de origen, entonces todos esos procesos se los realiza tal cual una marca: hacemos análisis de forma, hacemos publicación en gaceta para saber si existe oposición, entonces el tratamiento hasta cierto punto igual que el de una marca. Ya cuando entra una inspección, ahí varía el proceso como tal y es enfocado netamente en denominaciones de origen. La estructura del IEPI está creada con la intención de formar una unidad especializada únicamente en denominaciones de origen. Eso sería lo ideal porque eso permitiría darle el realce y la importancia necesaria que se merecen estos procesos. Anteriormente quizá no era tan necesario porque si teníamos una denominación de origen cada año o dependiendo de cómo se dé, no era relevante dividirlo de la unidad de signos distintivos, pero ahora sí porque el enfoque que se está dando, los procedimientos que se están realizando están netamente enfocados en temas de denominación de origen que no tiene nada que ver con el procedimiento de marcas. Obviamente nosotros somos una entidad adscrita al SENESCYT, para nosotros poder tomar una decisión o que nos autoricen crear una unidad especializada en denominaciones de origen, tenemos que pasar por una serie de aprobaciones, entonces no es algo que esté descartado de parte nuestra, tenemos la intención, pero al ser una entidad del Estado, pues a las aprobaciones que nos den respectivas que ellos consideren si es oportuno o no, el Ministerio de Finanzas tiene que aprobar que eso sea viable para la institución, el SENESCYT debería aprobar, el secretario igual está de acuerdo, entonces son algunos procesos que tenemos que seguir para definir si específicamente nos permiten crear una unidad que se haga cargo únicamente del tema denominaciones de origen.

¿Hay algún nuevo producto que hayan detectado como frutas o productos y que se pueda solicitar su protección?

Actualmente no, yo he recibido visitas de algunas personas que tienen mucho interés por declarar denominaciones de origen, pero lamentablemente desconocen mucho qué es una denominación de origen entonces ellos asumen o piensan que cualquier cosa puede declararse como denominación de origen. Hace poco tuve una reunión en la que querían impulsar con el afán de ayudar a los productores impulsándoles de cierta forma, para que su producto puedan exportar y darle un valor agregado a su producto como tal, pero no por eso significa que vamos a declarar cualquier cosa como una denominación de origen, entonces en esta reunión que tuve me decían que querían impulsar los productores campesinos que producían tomate, lechuga, cebolla, y que querían declararlas como denominaciones de origen, entonces me llevé una sorpresa porque el concepto como tal de una denominación de origen no está claro para muchas de las personas que quieren iniciar el proceso, entonces por lo general se reúnen conmigo, y cuando yo les explico de qué se trata entienden. Hace poco tuve una reunión de una señora que quería declarar a la mandarina como denominación de origen. Cuál es la caracterización de su mandarina para que no se produzca en otra parte del Ecuador, y que la característica de esta mandarina es única y que si usted prueba esta mandarina no se va a parecer a ninguna de las demás, entonces determinar esa caracterización del producto no es fácil y no les podemos decir sí a todo, entonces si ellos a través de un estudio de factibilidad me lo demuestran, y me dicen que mi mandarina es única, y no vas a poder comerte esta mandarina si yo te traigo la misma mandarina cosechada acá, y me lo demuestra a través de estudios científicos demostrados, que efectivamente es así, nosotros procedemos, pero como te digo, tampoco podemos negar la intención del productor en querer beneficiarse de una denominación de origen, pero también tenemos que ser claros en cómo es el procedimiento. Actualmente no se han ingresado nuevas denominaciones de origen, nosotros tenemos un acuerdo comercial firmado con la Unión Europea, donde ellos a través de este acuerdo nos solicitan el reconocimiento de 114 denominaciones de origen de ellos, estamos haciendo el procedimiento de forma paulatina. Estas denominaciones de origen ha sido tratadas al igual que una denominación de origen ecuatoriana, se ha hecho el proceso de registrabilidad, hemos pasado por el proceso de oposición, para ver si alguien se opone a que estas denominaciones sean reconocidas acá, se han publicado en gaceta, se ha hecho tal cual el tratamiento, ya hemos culminado ese proceso y en base al acuerdo que estamos haciendo es las resoluciones respectivas, para poder reconocer sus denominaciones de origen aquí, y a través de este acuerdo también la intención es de que ellos reconozcan nuestras denominaciones de origen en Europa, entonces estamos en ese proceso, es un trabajo en conjunto con el Ministerio de Comercio Exterior, ellos son quienes firmaron el acuerdo y obviamente la unidad competente que somos nosotros, somos los encargados de emitir las resoluciones respectivas, para que conste ya el reconocimiento de estas 114 denominaciones de origen, y a su vez se pueda reconocer en Europa las cinco denominaciones de origen que nosotros tenemos, entonces nos encontramos trabajando en eso. Con la Pitahaya son cinco, tenemos cacao arriba, café de Galápagos, maní de Trans-Kutukú, y la quinta es la pitahaya amazónica de Palora. Te puedo recomendar que valides en la gaceta 640, en donde hablamos de todo el proceso de denominaciones que origen que ha tenido el SENADI como tal, cuántas tenemos reconocidas, cómo más o menos se ha hecho todo para que lo puedas validar, está enfocada netamente en el tema de denominaciones de Origen.

¿Qué errores han detectado dentro del COESC?

Como te explicaba al inicio, una cosa es lo que está estipulado y otra cosa ya es la práctica

como tal. Hay ciertas falencias en cuanto a la normativa específica del proceso de la declaratoria que han sido detectada con respecto a la coexistencia de marcas con una denominación de origen. El COESC te dice que ninguna marca puede tener una imitación, similitud, parentesco o utilizar algo que tenga una denominación de origen, que implica esto, acabamos de declarar la denominación de origen de la Pitahaya de Palora, de aquí en adelante ninguna marca puede contener la palabra Pitahaya, y que tenga relación a la Pitahaya al menos, o que se enfoque en la Pitahaya. Los productores están en conocimiento de esto y les hemos asesorado en que tienen que tratar de desvincular el nombre como tal porque eso se utiliza únicamente para la denominación de origen. Entonces el COESC te pone ese tipo de limitaciones que te pueden afectar. Mira el caso que tenemos actualmente, nosotros tenemos el tema del café de Loja. Existe una sociedad de hecho creada para la denominación del origen del café de Loja. Cuál es el impedimento que tenemos actualmente para declarar esa denominación de origen, que tenemos una serie de marcas registradas como Café de Loja que fueron solicitadas de buena fe, y el COESC, te dice que, si fueron solicitadas de buena fe, antes de ser solicitada la denominación de origen en el país, lamentablemente no vas a poder declarar la denominación de origen del Café de Loja.

Es contradictorio porque ahí existe un interés superior con la denominación de origen que tiene un interés social.

Exactamente, pues no sólo va a beneficiar a un grupo. Esta sociedad de hecho está formada por los restaurantes de Loja que venden café, e involucra a una serie de personas que beneficiaría de forma general, entonces estamos buscando la viabilidad jurídica para poder brindar el apoyo que ellos necesitan para poder declarar al Café de Loja como una denominación de origen. Se han hecho estudios de factibilidad, tengo un informe extenso que se ha trabajado en conjunto con el MAG, y ellos tienen el interés de que nosotros seamos el apoyo de ellos para declarar, pero el COESC nos limita en ese sentido porque dice que, si ya existen marcas registradas, como el Café de Loja, lo siento, no vas a poder declarar la denominación. Ese tipo de errores son los que nosotros hemos podido detectar, porque en todo caso no la coexistió pero busco la viabilidad de darle aunque sea un enfoque diferente a la denominación para no perjudicar la creación de esta denominación de origen, y tampoco afectar a estas personas que de buena fe hicieron las solicitudes de sus marcas, pues son marcas solicitadas hace más de 10 años, o sea no las solicitaron para perjudicar a la denominación de origen, sino que fueron solicitadas de buena fe, y ellos tienen sus marcas que están vigentes hasta el 2021 o 2023.

Tal vez podrían incluir en el reglamento que en el caso de que exista una marca previa ya registrada y haya una solicitud de denominaciones de origen nueva y sea de buena fe, esta marca pueda ser transferida a nombre de la asociación, y en caso de que sea del mismo solicitante, que la ley permita anular el registro de marca en cuanto se declare la denominación de origen para que sea el Estado el titular.

En ese caso existe conflicto de interés, entonces la gente quiere beneficiarse sola y no quieren ceder las marcas. Lamentablemente no siempre el solicitante de la denominación de origen tiene la titularidad de la marca, no siempre es así pues en ese caso hay oposición, y el señor que tiene todos estos registros [del Café de Loja] les dijo pueden ustedes hacer los intentos que quieran, yo me voy a oponer a todas las marcas que intenten registrar con denominación de origen. Entonces es un limitante, que posiblemente no se consideró en el momento del desarrollo de ese artículo que nos pone un poco limitación.

¿Y si el Estado les compra la marca?

Nosotros como SENADI no nos involucramos en eso. La parte actora que en este caso ha mostrado el legítimo interés, ellos han intentado hacer este tipo de negociaciones con las personas y no han obtenido resultados pues no quieren ceder, pero estamos buscando la viabilidad jurídica, porque la idea no es poner un limitante y decir lo siento, a mí el COESC me ampara en esto y yo les cierro la puerta y no les puedo ayudar. Esa no es la intención, buscar un nombre alternativo es una de las opciones que estamos pensando, darle de alguna manera valor al estudio ya realizado porque es un estudio que involucra tiempo, que involucra a gente del exterior que ha venido a hacer el levantamiento de esa información, científicos que se encargan de la validación del suelo, del clima, de todo lo que conlleva para poder ser declarado como una denominación de origen, y es un trabajo que como te digo, no somos una traba ni un impedimento, somos el Estado y el beneficio no es sólo para el Estado, o sea es un apoyo general, y ahí podemos determinar ciertas falencias que han existido con respecto al COESC, que yo consideraría que deberían ser reformadas, lamentablemente no puedo poner esa disposición para que se haga la reforma pues el COESC lleva apenas desde el 2016, dos años de vigencia, por lo que habría ciertas cositas que sobre la marcha podemos ir mejorando para nosotros darle la facilidad al productor de acceder a una denominación de origen.

En el COESC hay nuevas figuras que se están incorporando, en este caso es la Especialización Tradicional Garantizada. Esta no es si una figura de protección de origen, pues es como más bien un tema de productos agroalimentarios, pero no por su origen territorial sino por su elaboración. ¿Cómo piensan impulsar eso?

Ya tenemos un intento, en la administración anterior se hizo un levantamiento, no lo manejo yo directamente, pero de lo que tengo conocimiento, son alrededor de diez solicitudes ya ingresadas con la intención de querer promover el tema de las ETGs, entonces la idea no está descartada ni la hemos dejado en el olvido como para ver si es que alguien se llegase a interesar, es un interés de parte nuestra promover el tema de las ETGs, porque también es un impulso a todas las asociaciones, por lo general quienes producen platos típicos en el Ecuador, no solamente es una sola persona, sino grupos de artesanos, de personas que se dedican al comercio de este producto y ellos son los más interesados de poder promover una Especialidad Tradicional Garantizada. Entonces existe el interés de parte, están en análisis, tendría que confirmarte exactamente si son 10 las solicitudes que están en proceso, pero no es algo que esté descartado por parte nuestra de darle el seguimiento oportuno, para poder promover y lograr que estas ETGs formen parte también de un reconocimiento que nosotros hagamos y de una protección sobre los procesos de elaboración de estos platos típicos, por lo general la mayoría son platos típicos lo que se han dado. Si no estoy mal creo que está incluidos el tamal lojano. Está determinado en el COESC, y también en el reglamento se establecerá el procedimiento.

Está bastante parecido el texto a un reglamento de la Unión Europea, ¿es como incorporado el mismo?

Nos basamos en el mismo porque tenemos un Acuerdo Comercial firmado con ellos, entonces a través de ellos hemos tratado, ellos tienen mucha más experiencia que nosotros y son un vivo ejemplo de cómo nosotros podemos avanzar en los procesos para determinar una declaratoria de una denominación de origen o de una ETG o de cualquier proceso que se realice. Si es de cierta forma un ejemplo que nosotros tenemos para darle el mismo tratamiento, al igual que ellos tienen establecido.

Sería bueno tener la cantidad de denominaciones de origen que tiene Europa.

Imagínate, y tendríamos de dónde sacar. En Ecuador tenemos algunos productos que podrían ser declarados como denominación de origen.

¿Cuál es el plan a futuro del SENADI con respecto a las denominaciones de origen, sobre las cosas que no hizo el IEPI anteriormente?

Como te decía, las anteriores administraciones declararon en su momento cuatro denominaciones de origen, pero no se le dio el seguimiento oportuno porque nuestra competencia no es estar atrás de la denominación de origen para saber si el productor está cumpliendo con el proceso, si cumple con el pliego de condiciones, si vendió sus productos, para eso la intención del SENADI es elaborar el reglamento para establecer como autoridad competente o darle a la entidad competente la responsabilidad de la creación de un consejo regulador, o la entidad reguladora que haga el seguimiento oportuno de una denominación de origen. Por ejemplo, el maní de Trans-Kutukú, al momento no tenemos ninguna autorización de uso solicitada, cuál es la falencia de eso, no tener el consejo regulador que le dé seguimiento y les impulse a los productores y decirles anímense, usted cumple con los requisitos.

Yo creo que la clave es capacitar, para que las personas conozcan la esencia de la Denominación de Origen.

Ese es un trabajo que nos encantaría poder hacerlo nosotros, lamentablemente no tenemos la viabilidad de poder hacerlo y nuestro interés es darle la viabilidad jurídica que se cree, aprobada por nosotros, para que haga el seguimiento oportuno de estas denominaciones de origen.

Económicamente, ¿Esta entidad se manejaría a través de recursos del SENESCYT?

No, son independientes, puede ser incluso una entidad privada. No estamos limitados a que sea una entidad privada o pública, una asociación o una institución pública que quiera participar del proceso. Te pongo un ejemplo, en Galápagos, el Café de Galápagos fue declarado como denominación de origen, y existe una asociación que es la única que tiene autorización de uso, y ellos están haciendo los esfuerzos para poder llegar a crear un consejo regulador, para ser ellos quienes regulen todo el proceso de la denominación de origen, y puedan hacerle el seguimiento oportuno, e impulsar a todos los productores para que puedan beneficiarse de la denominación de origen. Entonces en qué están a la espera ellos, de que nosotros elaboremos el Reglamento y decirles que ustedes tienen que cumplir con todos estos requisitos, si usted cumplió con todos estos requisitos usted se puede convertir en la entidad reguladora del Café de Galápagos, y con eso ellos florecen solitos, porque automáticamente es una ayuda para que no se quede estancado el proceso de la denominación, sino que haya ese seguimiento que se deba dar de manera oportuna.

¿Cómo van a manejar el tema de los conflictos de interés dentro de los consejos reguladores?

De parte nuestra no, pero una vez creado el Consejo Regulador, éste tendrá que crear un reglamento establecido como tal, para que las personas que ha solicitado una autorización de uso cumplan con ciertos parámetros que se establezcan mediante el consejo regulador. Entonces yo creo que se podría poner en consideración el conflicto que podría existir

entre productores, o cualquier tipo de problema que se pueda dar a futuro con la declaratoria. Pero será el consejo regulador quien tenga esta competencia de establecer los parámetros específicos que tenga cada productor y ya tendría que ser resuelto a través del consejo regulador. En ese sentido nosotros le estaríamos dando la facultad al consejo regulador para que él solviente todo ese tipo de cosas, ya como SENADI hemos hecho la parte jurídica, la parte técnica, para la declaratoria llegamos hasta ese proceso pero ya lo que es la administración de la denominación de origen quedaría en manos netamente del consejo regulador, y ellos son lo que deberían establecer las reglas del juego más o menos, como para que los productores se acojan a lo que establezca el consejo regulador.

Ahí tendría que haber una selección democrática entre todos los miembros del consejo regulador para que no haya conflictos de interés.

Por supuesto, la idea no es limitar, y eso es lo que está mal entendido con el café de Galápagos, porque la asociación tiene la autorización de uso y ellos asumían que con esa autorización ellos podían autorizar quien utilizaba y quien no, lamentablemente no es así, ellos tienen una autorización de uso, pero si mañana viene un productor que me demuestra a mí que cumple con el pliego de condiciones y no es asociado a la asociación yo tengo como autoridad toda la facultad de otorgarle la autorización de uso, porque él está cumpliendo con el pliego de condiciones. La idea es el beneficio en común.