



**Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas
como estrategia comercial de productos provenientes de
comunidades rurales**

**Appellations of origin and geographical indications as a
commercial strategy for products from rural communities**

Cirenio Escamiroso Tinoco¹

<https://orcid.org/0000-0002-2107-8224>

Raúl Rivera García

<https://orcid.org/0000-0002-1622-8160>

Matthias Rös

<https://orcid.org/0000-0002-5722-6321>

Instituto Politécnico Nacional. Centro Interdisciplinario de Investigación
para el Desarrollo Integral Regional Unidad Oaxaca, Oaxaca, México

escami49@yahoo.com eikosriver@hotmail.com

mros@ipn.mx

Recibido: 2024/03/10 **Aceptado:** 2024/07/02 **Publicado:** 2024/09/12

Resumen

Para los países en desarrollo las estrategias tradicionales o convencionales de comercialización nacionales e internacionales son a través de commodities, que son importantes y fundamentales en la balanzas comerciales de los países, pero cada vez cobran mayor relevancia mundial la comercialización de productos agroalimentarios y artesanales provenientes de regiones geográficas específicas que le dan a los productos un aseguramiento de calidad que los consumidores están dispuestos a obtener porque garantizan estar manufacturados de forma artesanal casi siempre libres de conservadores y sustancias nocivas para la salud. Tal es el caso de los productos; agrícolas, alimenticios y artesanales que se elaboran teniendo como rasgos característicos las condiciones geográficas de un sitio específico que, por tener condiciones distintivas de clima, suelo y aspectos culturales de las personas que los

¹ Artículo presentado en el Congreso Internacional Virtual de Tecnología, Innovación y Educación, 2023.



habitan que les incorporan a los productos propiedades que solo sí y solo sí el medio natural y cultural de las personas se lo pueden proporcionar, el objetivo principal de este trabajo es llamar la atención de funcionarios de los tres niveles de gobierno; Nacional, Estatal y Municipal, para que promuevan y faciliten la generación de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, como herramienta para potenciar el desarrollo Nacional, Regional y Rural. Debido a que son recursos de comercialización que deberían aprovechar más ampliamente los países en desarrollo como México, que tan solo tiene 4 (IG) y 16 (DO) con registro oficial ante el Instituto Mexicano de la Protección Industrial (IMPI), mientras que los 27 países que integran la Unión Europea tienen 377 (IG) y un número aún indeterminado de (DO).

Palabras clave: commodities; denominación de origen; indicación geográfica; productos agroalimentarios; productos artesanales

Abstract

For developing countries, traditional or conventional national and international marketing strategies are through commodities, which are important and fundamental in the trade balances of the countries, but the marketing of agri-food and artisanal products from Specific geographic regions that give the products a quality assurance that consumers are willing to obtain because they guarantee to be artisanally manufactured, almost always free of preservatives and substances harmful to health. Such is the case of products; agricultural, food and artisan products that are made having as characteristic features the geographical conditions of a specific site that, due to having distinctive conditions of climate, soil and cultural aspects of the people who inhabit them that incorporate properties into the products that only yes and only If the natural and cultural environment of the people can provide it, the main objective of this work is to draw the attention of officials from the three levels of government; National, State and Municipal, to promote and facilitate the generation of Designations of Origin and Geographical Indications as a tool to enhance National, Regional and Rural development. Because they are marketing resources that should be used more widely by developing countries such as Mexico, which only has 4 (IG) and 16 (DO) with official registration with the Mexican Institute of Industrial Protection (IMPI), while the 27



countries that make up the European Union have 377 (IG) and a still undetermined number of (DO).

Keywords: agri-food products; artisanal products; commodities; designation of origin; geographical indication

Introducción

Las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, son recursos de protección importantes que garantizan la calidad e inocuidad de los productos agrícolas y alimenticios provenientes de una región geográfica determinada que conserva los procesos de manufactura con los cuidados que las personas han observado por muchos años y que se transmiten de generación en generación lo que les proporciona a los productos una reputación^{2*} de garantía de calidad que asegura su inocuidad.

Reconocimiento y Protección Legal de las Denominaciones de Origen y de las Indicaciones Geográficas

En México, el Sistema de Propiedad Industrial protege la elaboración de productos a partir de métodos tradicionales, vinculados a las costumbres de zonas geográficas delimitadas y que se caracterizan por contener una importante carga histórica y cultural; y las indicaciones geográficas, que identifican un producto como originario de una región, localidad o lugar del país, cuando su calidad, reputación u otra característica del producto se deba fundamentalmente a su origen geográfico.

La denominación de origen y la indicación geográfica son bienes de dominio del poder público de la Federación y se reconocen a través de una declaratoria de protección emitida por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). Por medio de las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas, se protegen productos agroalimentarios y manufacturados, tales como las artesanías y las bebidas típicas. Las reformas a la Ley de la Propiedad Industrial, realizadas en el año 2020 y publicadas en el Diario Oficial de la Federación (DOF), de fecha primero de julio de ese año, establece que productores, fabricantes, comerciantes y exportadores

² *Opinión positiva que mucha gente tiene sobre una persona o una cosa por sus buenas cualidades ejemplo "es un vino con bastante reputación"



regionales o locales, personas físicas o morales, cámaras o asociaciones de fabricantes o productores, dependencias o entidades del Gobierno Federal, así como Entidades de la Federación pueden promover sus productos en los planos nacional e internacional, (DOF, 2020).

El panorama internacional del empleo de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, para la comercialización de productos agroalimenticios es un recurso de comercialización internacional que muchos países están empleando con beneficios evidentes. Por lo que este trabajo tiene como objetivo principal llamar la atención de funcionarios de los tres niveles de gobierno; Nacional, Estatal y Municipal, para que promuevan y faciliten la generación de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas como herramienta para potenciar el desarrollo Nacional, Regional y Rural.

Actualmente el ejemplo más sobresaliente en este aspecto lo constituyen los países agrupados en la Unión Europea, que tiene operando más de 370 Indicaciones Geográficas y en el acuerdo de libre comercio establecido con México el primero de julio del año 2000 y en el aviso publicado en el Diario Oficial de Federación (DOF) de fecha 10 de agosto de 2017 manifiesta claramente que solo se deben comerciar productos que están bajo esta condición de protección que beneficia a productores del medio rural europeo, este aviso textualmente establece:

“Aviso por el cual se dan a conocer y se somete a consulta las 340 indicaciones geográficas que la unión europea busca proteger en el territorio de los Estados Unidos Mexicanos en el marco de las negociaciones de la modernización del acuerdo de asociación económica, concertación política y cooperación entre los Estados Unidos Mexicanos, por una parte, y la Comunidad Europea y sus estados miembros, por otra”, este acuerdo forma parte del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación México – Unión Europea (UE), el cual busca igualmente fomentar el diálogo político e intensificar la cooperación entre ambas partes. DOF (2017).

Materiales y Métodos



Según la Ley de Federal de Protección a la Propiedad Industrial, reformada y publicada en el Diario Oficial de la Federación de fecha 01/07/2020, y que entró en vigor 5/11/2021. DOF (2020)

Establece que:

Se entiende por Denominación de Origen Protegida el producto vinculado a una zona geográfica de la cual éste es originario, siempre y cuando su calidad, características o reputación se deban exclusiva o esencialmente al origen geográfico de las materias primas, los procesos de producción, así como los factores naturales y culturales que inciden en el mismo, (OMPI, 2024).

Una vez emitida la declaratoria de protección de una denominación de origen, ésta deberá contar con una Norma Oficial Mexicana específica.

Dentro de los elementos que forman la Propiedad Industrial, existen signos distintivos conocidos como “Denominaciones de Origen”, las cuales están constituidas por los nombres geográficos de un país, región o lugar concreto y que se han convertido en designación de un producto originario de esa región geográfica, cuyas características y cualidades especiales respecto de otros productos de su misma especie, se deben exclusiva o esencialmente al medio ambiente geográfico y sus factores naturales y humanos. Por consiguiente, estos signos distintivos son también indicaciones de procedencia y de calidad de dichos productos. (IMPI, 2018).

Se entiende por Indicación Geográfica Protegida el reconocimiento de:

I.- Una zona geográfica que sirva para designar un producto como originario de la misma;

II.- Una referencia que indique un producto como originario de la misma, o

III.- Una combinación del nombre de un producto y una zona geográfica.

Siempre y cuando determinada calidad, características o reputación del producto se atribuyan al origen geográfico de alguno de los siguientes aspectos: materias primas, procesos de producción o factores naturales y culturales.

La Indicación Geográfica se utiliza para identificar productos cuyas características son otorgadas por las cualidades naturales del medio geográfico donde se produce. A pesar de que en otras zonas encontremos productos del mismo género, la Indicación Geográfica no asegura que el nombre del lugar que complementa la



identificación del producto va acompañado de características particulares y exclusivas. La Ley de la Propiedad Industrial define el concepto de la Indicación Geográfica conforme a lo siguiente:

“El nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico”. (IMPI, 2018).

¿Cuál es la diferencia entre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas?

La diferencia fundamental consiste en el vínculo con el lugar de origen, que es más fuerte en la Denominación de Origen, en la que además deben existir factores naturales y humanos que otorguen características específicas al producto, mientras que en una Indicación Geográfica basta que cumpla con un solo criterio atribuible al origen geográfico, ya sea una calidad, reputación u otra característica.

Cuáles son los beneficios de la declaratoria de una Denominación de Origen y de una Indicación Geográfica. (IMPI, 2018).

El uso y aprovechamiento de estos derechos de propiedad industrial generan ganancias económicas importantes en la comercialización y exportación de productos, obteniendo así el reconocimiento del valor que denota las características sustentadas en sus productos a través de una calidad y tradición comprobadas.

Entre los beneficios específicos de la Denominación de Origen destacan:

- Otorga al producto un valor agregado que se ve reflejado en el precio.
- Su uso y aprovechamiento generan ganancias económicas importantes en la comercialización y exportación de los productos.
- Impide la competencia desleal en la forma de imitaciones o falsificaciones.
- Crea un efecto de derrama económica, incluso en el ámbito turístico.
- El consumidor y los comercializadores las conocen y confían en su calidad.
- Con el refuerzo de una marca y buenas prácticas de distribución, el producto se coloca en nichos de mercado exclusivos.
- Aseguran calidad, sustentabilidad, desarrollo y conservación.



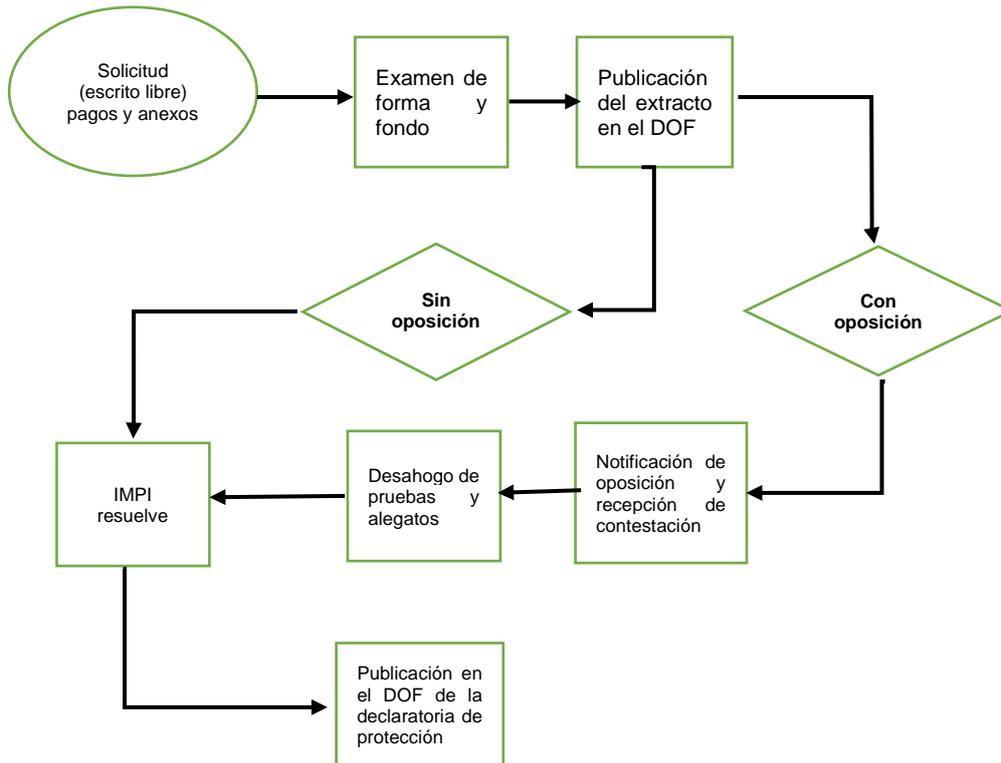
Por su parte, la Indicación Geográfica otorga los siguientes beneficios:

- Identifica las características del producto y evalúa si tiene posibilidades en los mercados internos y externos.
- Genera cohesión en el grupo de productores y con otros agentes que intervienen y que constituirán los pilares del régimen de Indicación Geográfica.
- Establece normas o un código de prácticas o reglamento de uso para generar sistemas de trazabilidad, verificación y control a fin de garantizar calidad y conformidad.
- Describe factores naturales o humanos que están presentes en la región y que contribuyen a las características del producto.
- Otorga protección jurídica de la Indicación Geográfica y permite diseñar estrategias de observancia y comercialización.
- Quiénes pueden ser titulares de una Denominación de Origen o de una Indicación Geográfica, personas físicas o morales que se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto.
- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto.
- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal.
- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraigan, produzca o elabore el producto. (IMPI, 2018)

El siguiente esquema (figura 1) muestra el procedimiento para realizar un trámite de solicitud de declaratoria de protección de una Denominación de Origen o Indicación Geográfica, ante el Instituto Mexicano de la Protección Industrial.

Figura 1

Procedimiento para realizar trámite de solicitud de declaratoria de protección de Denominación de Origen



Nota. Esquema tomado de página del Instituto Mexicano de la Protección Industrial.

Resultados y Discusión

México cuenta con cuatro Indicaciones Geográficas registradas ante el IMPI, cinco en proceso de registro y seis en trámite abandonado es decir los interesados han declinado en continuar el trámite de registro como se muestra en la Tabla 1, en total son 15 Indicaciones Geográficas que se localizan en los expedientes del IMPI, es un número muy bajo para el potencial que tiene el País, esto se debe principalmente a la poca atención que tanto el IMPI como la Secretaría de Economía Federal y Estatales le han dado a esta herramienta de comercialización nacional e internacional que mucho beneficiaría a mucha comunidades rurales principalmente en el País.

Tabla 1

Indicaciones Geográficas con registro, en trámite y en trámite abandonado ante el Instituto Mexicano de la Protección Industrial

Indicaciones Geográficas en México	Producto	Fecha de emisión de la declaratoria	Registro oficial
Cajeta de Celaya Gto.	Agroalimento (dulce)	20/06/2022	Otorgado



Talla de madera: Tonas y Nahuales, artesanías de los Valles Centrales de Oaxaca.	Figuras de madera de diversa índole y (pintado con una gran gama de colores).	16/02/2022	Otorgado
Seda de Cajonos Oaxaca	Artesanía (textil de hilo de seda)	02/03/2022	Otorgado
Tapetes de Teotitlán, Santa Ana, San Miguel del Valle Oaxaca.	Artesanía (textil elaborada con lana de borrego)	02/03/2022	Otorgado
Hidalgo (destilado de agave)	Bebida espirituosa	Pendientes	En trámite
Chicle de la Selva Maya de la Península de Yucatán	Golosina	Pendiente	En trámite
Mezcal Oaxaca	Bebida espirituosa	Pendiente	En trámite
Chile Chiltepin	Agroalimento (Chile)	Pendiente	En trámite
Gabanes de Huayapan Estado de Morelos	Textil	Pendiente	En trámite
Chile poblano, estado de Puebla	Agroalimento (Chile)	No procede	Abandonado
Pulque del estado de Hidalgo	Bebida (Fermentada)	No Procede	Abandonado
Durazno criollo de San Andrés Calpan Edo. De Puebla	Fruta	No Procede	Abandonado
Manzana Panochera de Zacatlán, Puebla	Fruta	No Procede	Abandonado
Agave Azul Tequilana Weber	Bebida espirituosa	No Procede	Abandonado
Pera Lechera de San Andrés Calpan Edo. de Puebla	Fruta	No Procede	Abandonado

Nota. Elaboración con información del IMP, para mayor información consultar:

<https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqIndicacionGeografica.pgj>

El uso y aprovechamiento de los derechos de propiedad industrial tanto de las indicaciones geográficas como de las denominaciones de origen generan ganancias económicas importantes en la comercialización y exportación de productos agroalimentarios o de artesanías, que mucho ayudan a mejorar los ingresos de las personas que se encuentran en zonas rurales donde las condiciones del medio geográfico le dan a los productos un valor proporcionado por los factores naturales y humanos que le proporcionan al producto su reputación.

El uso y aprovechamiento de estos derechos de propiedad industrial generan ganancias económicas importantes en la comercialización y exportación de productos, obteniendo así el reconocimiento del valor que denota las características sustentadas en sus productos a través de una calidad y tradición comprobadas.



En el continente americano no se les ha dado mayor importancia a estos recursos de comercialización, ver Tabla 2, en el que se muestran tan solo 31 indicaciones geográficas; México 15, Honduras 7, Estados Unidos 4, Panamá y Canadá 2, Bolivia y Guatemala 1, mientras que los países integrados en la Unión Europea constituyen un recurso de comercialización fundamental en sus economías, los países agrupados en la Unión Europea tienen 377, destacan también Japón con 52.

Los gobiernos de un creciente número de países en desarrollo han mostrado recientemente un marcado interés en la IG por una diversidad de razones. Algunos han promovido el reconocimiento de los derechos de propiedad intelectual con el ánimo de preservar y desarrollar sus recursos y saberes tradicionales. Esto último es considerado como un recurso escaso que, a largo plazo, puede convertirse en un generador de valor agregado en el mercado. Las IG pueden tener un impacto positivo porque estimulan la inversión en términos de calidad y reputación, promocionan la existencia de economías de escala y animan la innovación y mejor información para los consumidores. (Escudero, 2001).

Tabla 2

Indicaciones Geográficas registradas a nivel internacional

País	Número de Indicaciones Geográficas por país	Indicaciones Geográficas de la Unión Europea
Alemania	18	18
Austria	45	45
Bolivia	1	
Bulgaria	3	3
Canadá	2	
Chipre	5	5
Croacia	3	3
Croacia Eslovaquia	1	1
Dinamarca	2	2
Eslovaquia	1	1
Eslovenia	3	3
España	62	62
Estados Unidos	4	
Francia	75	75
Grecia	69	69
Guatemala	1	
Honduras	7	
Hungría	2	2
Italia	52	52
Japón	3	
México	14	



Noruega	5	
Países Bajos	3	3
Panamá	2	
Portugal	30	30
Reino Unido	4	
Republica de Islandia	4	
República Checa	3	3
Rumanía	10	10
Suiza Liechtenstein	44	
Total	468	377

Nota. Elaboración propia información del IMPI, para mayor información consultar: <https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqIndicacionGeografica.pgi>

No obstante, Libert y Petit, Michel (2009), exponen lo que está en juego en el ámbito internacional sobre las Indicaciones Geográficas, particularmente para los países en desarrollo, en primer lugar, examina cómo el panel de la Organización Mundial de Comercio (OMC), ha obligado a la Unión Europea, para que abra un sistema de registro a terceros países y cómo las negociaciones en curso sobre Indicaciones Geográficas parecen estar llegando a un punto muerto. En Turquía, India, China, Colombia y Etiopía se identifican iniciativas que muestran cómo las Indicaciones Geográficas son una cuestión política y comercial clave. Las agendas de negociación comercial tienen que abordar este nuevo equilibrio de poder, en la reputación que acompaña a un bien puede volverse común y esto demerita al bien en cuestión.

Las políticas de los países en desarrollo usan los derechos de propiedad intelectual de acuerdo con sus estrategias de mercadeo y desarrollo rural. El respaldo institucional a las artesanías o el ecoturismo van de la mano con la promoción de productos de identidad. (Vivas Eugui, 2001). El reconocimiento del saber tradicional asegura el desarrollo de mercados para productos o servicios de calidad a escala nacional, regional o internacional, (Blakeney, 2001).

Se estima que las denominaciones de origen es el recurso de comercialización más empleado por los países del mundo no se tiene un estimado de cuantas (DO), existen porque si bien hay muchas denominaciones de origen vitivinícolas en todo el mundo y el número varía constantemente debido a cambios en las regulaciones y nuevas designaciones que pueden ser aprobadas según la Organización Internacional



de la Viña y el Vino (OIV), hasta 2021, había más de 4.600 denominaciones de origen tan solo para vinos. España destaca con 115 denominaciones de origen para productos como; queso, frutas, vinos, productos cárnicos, (OIV, 2021).

México cuenta actualmente con 16 denominaciones de origen; Tequila, Mezcal, Olinalá, Talavera, Bacanora, Ámbar de Chiapas, Café Veracruz, Café Pluma, Sotol, Café Chiapas, Charanda, Mango Ataulfo del Soconusco Chiapas, Vainilla de Papantla Veracruz, Chile Abanero de la Península de Yucatán, Arroz del Estado de Morelos, Cacao del Grijalva, Yahualica. Este recurso de comercialización de productos agrícolas y alimenticios, no se han aprovechado debido al poco interés tanto de autoridades; locales, estatales y federales, así como de los centros públicos de educación e investigación que han elaborado propuestas que promuevan la comercialización de productos alimenticios y artesanales provenientes de comunidades rurales.

Conclusiones

Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas en México no se han promovido como se espera lo haga un país con el potencial que tiene, tan solo se han registrado 16 y 15 ante el IMPI respectivamente, que tienen declaratoria de registro, este es un campo de oportunidad poco aprovechado en el país que carece de una política pública que permita trascender los periodos de gobierno para que los grupos o comunidades con iniciativas empresariales puedan aprovechar.

Las identidades y raíces culturales parecen adquirir una importancia creciente en todos los lugares de un mundo en proceso de globalización. Además, las materias primas básicas sin diferenciación, que tradicionalmente dominaron el comercio internacional y los debates políticos y negociaciones relacionadas con ellas ya no ocupan la misma posición dominante. Los gobiernos tratan de garantizar los mecanismos legales y comerciales y de organizar productos promocionales y de respaldo de conformidad con las diferenciaciones de mercado.

La mayor parte de la literatura disponible sobre indicaciones geográficas se centra en si proporcionan o no información satisfactoria a los consumidores en términos de las características de los productos vendidos al amparo del régimen IG. No obstante, el principal problema de esta literatura es que ignora las características



clave de las IG para aquellos consumidores sensibles a dichas indicaciones, por ejemplo, el hecho de que los productos que están considerando comprar vienen de un área específica y pueden ser considerados como parte genuina y hasta emblemática de la cultura local.

Agradecimiento

El presente trabajo de investigación se realizó en el proyecto de investigación denominado “Estudio para el establecimiento de una ruta ecoturística para turismo alternativo en la Región Mixteca - Zapoteca (Mix-Za) del Estado de Oaxaca”. Clave SIP:20231316. Con apoyo financiero del Instituto Politécnico Nacional a través de la Secretaría de Investigación y Posgrado.

Referencias Bibliográficas

- Blakeney M. (2001). Proposals for the international regulation of geographical Indications. *Journal of World Intellectual Property*, 4, 629-52.
- DOF (2020). Diario Oficial de la Federación. *Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial*.
https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfpfi/LFPPI_orig_01jul20.pdf
- DOF (2017). Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de agosto de 2017.
<https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/253199/AV82.pdf>
- Escudero, S. (2001). *International protection of geographical indications and developing countries. Trade Working Paper*, 10.
- IMPI (2024). *Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Indicaciones Geográficas nacionales e Internacionales*.
<https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqlndicacionGeografica.pgi>
- IMPI (2018). *Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas*. <https://www.gob.mx/imp/acciones-y-programas/servicios-que-ofrece-el-imp/indicaciones-geograficas?state=published>
- Libert, H. y Petit, M. (2009). Are Geographical Indications a Valid Property Right? Global Trends and Challenges. *Development Policy Review*, 27(5), 503-528.



- OIV. 2021. *Organización Internacional de la Viña y el Vino*.
https://www.google.com/search?q=cuantas+denominaciones+de+origen+hay+en+el+mundo+en+2021&rlz=1c1chbf_esmx927mx927&oq=cuantas+denominaciones+de+origen+hay+en+el+mundo+en+2021&gs_lcrp=egzjahjvbwuybggaeuyotihcaeqirigadibctexote2ajbqn6gcalacaa&sourceid=chrome&ie=utf-8
- OMPI (2024). *Organización Mundial de Propiedad Intelectual*.
https://www.wipo.int/geo_indications/en/
- Vivas Eugui, D. (2001). Negotiations on geographical indications in the TRIPs council and their effect on the OMC agricultural negotiations: Implications for developing countries and the case of Venezuela. *Journal of World Intellectual Property*, 4, 703-28

Conflicto de interés

Los autores no declaran conflictos de intereses.



Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/). Se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que mantenga el reconocimiento de sus autores, no haga uso comercial de los contenidos y no realice modificación de la misma.