

Las Denominaciones de Origen, ámbito legal y desarrollo económico



Christian Camilo Quintero Valderrama

Universidad Militar Nueva Granada

Facultad de Derecho Campus

Programa de Derecho

Cajicá Cundinamarca

2016

Las Denominaciones de Origen, ámbito legal y desarrollo económico

Christian Camilo Quintero Valderrama

Monografía para optar por el título de Abogado

Directora

Clara Lucía Guzmán Aguilera

Universidad Militar Nueva Granada

Facultad de Derecho Campus

Programa de Derecho

2016

A Dios, mis Padres y Hermano con mucho amor y cariño les dedico todo mi esfuerzo y trabajo puesto para la realización de esta monografía para optar por el título de Abogado, que con el sacrificio como familia lograremos.

A mi Universidad Militar Nueva Granada, que sea un precedente de investigación y exploración en diversas áreas de conocimiento para la Facultad de Derecho.

Christian Camilo Quintero Valderrama

Contenido

| | |
|---|----|
| Contenido..... | 4 |
| Resumen..... | 6 |
| Abstract | 7 |
| Introducción | 8 |
| 1. Marco de la Investigación..... | 10 |
| 1.1 Delimitación del Problema..... | 10 |
| 1.1.1 Formulación del Problema..... | 10 |
| 1.1.2 Pregunta de investigación | 12 |
| 1.2 Objetivos | 12 |
| 1.2.1 Objetivo General..... | 12 |
| 1.2.2 Objetivos específicos | 12 |
| 1.3 Justificación..... | 13 |
| 2 Capítulo 1, | 14 |
| Introducción a la Propiedad Intelectual e Industrial | 14 |
| 2.1 ¿Qué es la propiedad intelectual?..... | 14 |
| 2.2 Marco histórico de la Propiedad Intelectual..... | 17 |
| 2.3 Marco Conceptual | 25 |
| 2.4 ¿Qué es propiedad industrial? | 28 |
| 2.5 Objetivo de la Propiedad Industrial..... | 30 |
| 2.6 Sobre los signos distintivos | 31 |
| 3 Capítulo 2 | 33 |
| Sobre las Denominaciones de Origen | 33 |
| 3.1 ¿Qué son las denominaciones de origen?..... | 33 |
| 3.2 Elementos de las denominaciones de origen..... | 40 |
| 3.3 Utilización de las denominaciones de origen a nivel internacional | 41 |
| 4 Capítulo 3 | 44 |
| Protección legal de las Denominaciones de Origen..... | 44 |
| 4.1 El convenio de Paris | 44 |

| | |
|---|----|
| 4.2 Rol de la Superintendencia de Industria y Comercio en la protección legal a las denominaciones de origen..... | 49 |
| 4.3 Protección Jurídica de las Denominaciones de Origen. | 50 |
| 5 Capitulo 4 | 67 |
| La Economía y las Denominaciones de Origen..... | 67 |
| Conclusiones | 73 |
| Referencias Bibliográficas | 77 |

Resumen

La Propiedad Industrial ha surgido a raíz de las diversas situaciones históricas de creaciones existentes en el mundo. En donde el incentivo al ingenio humano, debe ser la protección al resultado de su intelecto, con base en las legislaciones desarrolladas en Propiedad Industrial; dentro de la Propiedad Industrial aparecen los signos distintivos entre los cuales se encuentran las Denominaciones de Origen, las que tienen como objetivo determinar la protección legal a aquellos productos internos de cada Estado o territorio, que por sus características de calidad en su producción por aspectos tales como la zona geográfica de creación, la forma de creación y el tipo de materiales que se utilizan, generan una imagen favorable al Estado productor y establece una medida de desarrollo para el mismo. Es necesario establecer un blindaje jurídico que impida la usurpación de Derechos de Propiedad Industrial y de como resultado la adquisición de bases de desarrollo para un País con la efectiva protección a los productos con Denominación de Origen protegida. Dichos signos distintivos hacen parte del desarrollo económico de los estados, intercambio comercial al exterior de estos, es un resultado del efectivo cumplimiento al régimen legal de la Propiedad Industrial.

Abstract

Industrial Property has emerged from the various historical situations existing creations in the world. Where the incentive to human ingenuity, must be the protection of the outcome of his intellect, based on the laws developed in Industrial Property; in Industrial Property distinctive signs among which are the designations of origin appear, which aimed to determine the legal protection to those domestic products in each state or territory, whose characteristics of quality in its production aspects such as the geographical area of creation, how to create and the type of materials used, generate a favorable image producing state and establishes a development measure for it. It is necessary to establish a legal shield to prevent the usurpation of Industrial Property Rights and resulted in the acquisition of database development for a country with effective protection to products with Protected Designation of Origin. These signs as part of economic development of states, trade outside of these, is a result of effective implementation of the legal regime of Industrial Property.

Introducción

Las denominaciones de origen hacen parte de la propiedad industrial, entendidas estas como una clase de signos distintivos en donde su principal característica es la de indicar de manera geográfica la procedencia de determinado producto. Ahora bien, cuando se habla de una denominación de origen esto es dirigido a determinar la valiosa reputación de la cual gozan determinados productos por las características geográficas del sitio en el cual tienen origen.

Las denominaciones de origen son distintas de las marcas ya que su principal función es la de identificar la calidad y reputación de un producto en relación con el lugar en donde se da su creación. Indirectamente, la denominación de origen cumple con dar garantía de un producto y de esa manera demostrar calidad del mismo ante los consumidores; es por ello necesario que la mismo goce de una protección legal especial por cuanto contribuye al desarrollo económico de una sociedad o de un territorio con base en las utilidades que de esta surjan generen.

En el proyecto se abordarán los aspectos generales y específicos de las denominaciones de origen, aquellos productos objeto de denominaciones de origen existentes a nivel internacional y a nivel nacional, la normatividad internacional que aborda el tema de propiedad intelectual en lo que aquí concierne, los postulados doctrinarios del tema en la actualidad y el empalme con la normatividad interna en las áreas que corresponda para lograr determinar una posible protección a las denominaciones de origen, siempre buscando el desarrollo investigativo y contribuyendo al desarrollo económico del país.

Cuando se habla del desarrollo económico del país, se refiere al cómo la protección legal de las denominaciones de origen, contribuye al desarrollo y reputación de un estado, pues es necesario recordar que una función de este signo distintivo es la de mostrar que por las características de un sitio se da origen a un producto de integrales características y que por eso mismo solo es producida en dicho sitio, determinando en consecuencia que la reputación de un Estado también se da por la calidad de los productos que del mismo surgen.

Es necesario proteger legalmente todas las creaciones que se dan en territorio colombiano, ya que esto puede ser una ventana al desarrollo económico y buen nombre frente a los demás Estados, demostrando con esto que se goza de riquezas únicas. Se debe propender por cuidar los productos nacionales y no permitir el ingreso de mercados extranjeros que limiten la capacidad de producción colombiana y además agredan las creaciones y usurpen los mercados locales.

1. Marco de la Investigación

1.1 Delimitación del Problema

1.1.1 Formulación del Problema

Los modelos de desarrollo económico, definen los lineamientos que debe seguir un Estado para desarrollar su política económica y definir la aplicación del mismo en pro del cumplimiento de sus fines estatales, la economía de un Estado se basa diferentes sectores económicos: El Gobierno (Sector Publico), empresas productivas (Sector Privado), Bancos (Sector Financiero), otros países (Sector Externo) y Consumidores.

Los estados definen una legislación que se introduce y un modelo económico aplicado en el mismo. La economía de un país se basa entre muchas cosas, en el intercambio de bienes y servicios, así como exportación e importación. En la actualidad Colombia estadísticamente, es un país potencialmente exportador, en donde en realidad importamos más productos que los que exportamos.

Los productos introducidos al país hacen parte de aquellos en los que, en la economía, implican un consumo a nivel macro en la economía, productos como: televisores, vehículos, tecnología, ropa, valores, mercado accionario y demás. Bien es cierto que el Estado colombiano anualmente, reporta más importaciones que exportaciones, esto genera que el mismo sea considerado como un país en vía de desarrollo, al igual que Chile, quien durante la última década ha presentado un crecimiento favorable.

El Estado chileno posee una multiplicidad de riquezas, cuenta con alrededor de veintidós productos que poseen la denominación de origen protegido y aproximadamente diez productos más en proceso de declaración.

El problema de investigación surge en la necesidad de buscar mecanismos que generen un flagrante desarrollo en el país, y lograr establecer el por qué las denominaciones de origen, desde el ámbito de su efectiva protección jurídica, pueden llegar a convertirse en un activo de beneficio para el Estado Colombiano y sus deseos de crecimiento económico. Como se ha dicho, Colombia posee riquezas socio culturales que en otras latitudes no existen, la variedad en sus climas, en su cultura, en su población; En Colombia se puede producir desde un tubérculo hasta una amplia variedad de frutas exóticas, o de indumentaria propia del altiplano hasta vestiduras propias del caribe.

Por lo anterior es necesario definir si en realidad si el Estado Colombiano está cumpliendo a cabalidad con la protección legal a sus productos autóctonos, los cuales por ser producidos en ambientes esenciales dan pie a su calidad y propiedades y genera una fuerte competencia frente a la industria mundial, necesitados de aquel blindaje jurídico al cual se comprometió adoptando cada tratado o convenio internacional referente a la propiedad industrial, buscando con esto igualarnos a países como Perú en donde en la actualidad existen productos a los cuales les fueron otorgadas las denominaciones de origen como el pisco Peruano o el Tequila de México.

Actualmente los productos que son producidos en el territorio de un País, hacen que este se caracterice por la calidad de estos y genere una proyección favorable a nivel internacional, reflejando un impulso como exportador de productos propios y determinando

un posible eje de desarrollo económico desde todos los ámbitos económicos (turismo, exportación, generación de empleo, convenios macro, creación de empresa y demás).

1.1.2 Pregunta de investigación

¿Colombia ha desarrollado un marco legal que logre proteger jurídicamente a los productos que cuentan con denominación de origen y de esta manera garantizar ejes de desarrollo económico para la Nación?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

El objetivo general de este trabajo hace referencia al análisis del desarrollo y la utilización de las denominaciones de origen en Colombia, teniendo en cuenta las situaciones de demás Estados, los tratados internacionales adoptados por Colombia, las Leyes internas y la diferente doctrina existente respecto al tema objeto de investigación.

1.2.2 Objetivos específicos

Para lograr este propósito general se definieron unos objetivos específicos, en su orden:

- a. Identificar el marco jurídico que caracteriza la protección de las denominaciones de origen en el contexto internacional y nacional.
- b. Identificar aquellas ventajas de las denominaciones de origen en el desarrollo económico de un Estado y situar algunos casos de utilización de estas.
- c. Definir la necesidad de implementar la industria sobre productos internos que cuenten con denominación de origen y de esta manera sea generado un eje de desarrollo.

1.3 Justificación

El desarrollo del trabajo ha sido enfocado, en la revisión de los lineamientos jurídicos existentes respecto a las denominaciones de origen en Colombia, demostrando que estos no han sido efectuados en su totalidad, trayendo consigo una dificultad para la protección de los productos con dicha característica. La ausencia del blindaje jurídico a aquella manufactura, genera la desatención a los privilegios que otorga el tener una variedad exclusiva de productos que cuentan con denominación de origen protegida y que pueden generar un posible eje de desarrollo económico para el País.

Las denominaciones de origen han tenido poco campo de estudio en Colombia, por lo cual la investigación es justificable en el entendido de desarrollar un tema que a la luz de la actualidad puede dar vida a nuevas situaciones, que desde luego lograrían ser positivas para el Estado Colombiano.

Es necesario tomar como punto de inicio, que el Derecho a diario tiene diversos cambios y así como se generan nuevas cosas, otras deben desaparecer a medida que el tiempo transcurre. Cambios en el Derecho como es el de los derechos intangibles o bienes inmateriales, tales como las marcas, los lemas comerciales, las enseñas comerciales y las denominaciones de origen, quienes a futuro prometen ser un eje de desarrollo en los Estados, y los cuales no pueden ser dejados de lado por su importancia económica que a futuro prometen tener.

2 Capítulo 1,

Introducción a la Propiedad Intelectual e Industrial

2.1 ¿Qué es la propiedad intelectual?

La propiedad intelectual hace referencia a toda aquella creación por parte del intelecto humano. Sean estas las obras literarias, artísticas y científicas; las interpretaciones de los artistas intérpretes y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión; las invenciones en todos los campos de la actividad humana; los descubrimientos científicos; los dibujos y modelos industriales; las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, así como los nombres y denominaciones de origen; y todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico (SIC, <http://www.sic.gov.co>, 2016).

Al momento de hablar de la propiedad intelectual se deriva un grupo de diversos derechos de titularidad que pueden ser adquiridos o reconocidos en determinados supuestos y bajo determinadas condiciones. Interesa en este caso presentar de manera determinada la forma de tres tipos de titularidades existentes en la Propiedad Intelectual (RANGEL Medina, 2008, pág. 877).

- a) Las marcas.
- b) las patentes.
- c) los derechos de autor.

Las marcas son incluidas en un segundo grupo más amplio que son denominadas “signos distintivos”, dentro de los cuales se encuentran, además, los nombres comerciales y los

lemas comerciales, por mencionar otros casos (FERNANDEZ Novoa, OTERO Lastres, & BOTANA, 2013, pág. 54).

Dicho grupo de formas de titularidad se encuentra caracterizado por diversas limitaciones en el marco de un conflicto entre la exclusividad de los derechos que adquieren los titulares y la necesidad de generar un acceso libre y abierto a la información y, en última instancia, al conocimiento en general (LIZARAZU, 2014, pág. 4). La necesidad que al momento suscita respecto del conflicto existente entre el derecho a la propiedad y el derecho a la libertad o la necesidad de la información, hacen posible la génesis del Derecho de la propiedad intelectual.

El desarrollo del derecho de la propiedad intelectual, es debido a una serie de factores, el ejercicio de un derecho de exclusividad respecto a la creación de la obra, genera rentas económicas a los titulares de los derechos de propiedad intelectual, pero quienes reproducen tales derechos pueden tan sólo obtener un retorno competitivo (LOPEZ Cegarra, 2003, pág. 56).

Se está frente a dos situaciones, una en la cual se presenta el dueño del bien intangible y otro quien usurpa dichos derechos, desde ese momento inicia el estudio del derecho de la propiedad intelectual y la necesidad de la creación de unas variantes normativas que permiten definir el desarrollo de la Propiedad Intelectual.

Ahora bien, en términos generales, cuando se habla de propiedad intelectual, normalmente se refiere a derechos que versan sobre la información intangible (RODRIGUEZ Garcia, 2010, pág. 299). Si dicha información “puede ser copiada a bajo costo por quienes llegan a poseerla, la persona que desarrolló la información, en primer término, no podrá venderla a muchos compradores y como consecuencia de ello, la recompensa para quien crea

información tenderá a ser menor, quizás sustancialmente menor, que su valor social” (SCHMITZ Vaccaro, 2009, pág. 343).

Es así que la definición más general de la propiedad intelectual es que dicha rama jurídica permite la generación de incentivos para la creación de nuevos inventos, nuevas obras, mayores y mejores productos y, en general, mayor desarrollo en el mercado. Ello en el entendido que si el creador, por ejemplo, de una pieza artística, no pudiera obtener beneficios exclusivos sobre su creación, jamás podrá volver a invertir en la realización de una nueva obra a la que todos tendrían acceso libre y gratuito. En esa línea, la propiedad intelectual genera una recompensa a la actividad intelectual del ser humano y lo incentiva a continuar con el ánimo creativo para beneficio de la sociedad y del desarrollo global (RODRIGUEZ Garcia, 2010, pág. 299).

En lo que respecta a las patentes, por ejemplo, “la protección legal a las invenciones incentiva la inversión, los requerimientos de divulgación y de información afianzan el conocimiento tecnológico; además, facilitan la investigación futura. Los incentivos para desarrollar y comercializar las investigaciones difuminan rápidamente los avances” (RODRIGUEZ Garcia, 2010, pág. 301).

Existe una definición que subyace a la protección de la propiedad intelectual, y se encuentra conexas a la generación de desarrollo. El desarrollo de mejores y mayores productos fruto del intelecto humano parte del reconocimiento que se haga al derecho del creador de tales productos iniciales sobre sus creaciones, la ausencia de este es la no existencia de incentivos para el surgimiento de nuevas creaciones que traigan como resultado situaciones positivas para el crecimiento de un País.

En forma general, el objetivo de la propiedad intelectual se ha determinado en crear incentivos que maximicen la diferencia entre el valor de la propiedad intelectual, que ha sido creada y desarrollada, además del costo social de su creación, incluyendo el costo de administrar el sistema, los productores privados tienen un interés para invertir en innovación únicamente si reciben una contraprestación apropiada.

Frente a las marcas, éstas tienen como función primordial la distinción de los productos y servicios de los diversos competidores en el mercado. De esta manera, las marcas confieren información sobre el real origen empresarial de los productos y servicios al alcance del público consumidor y, con ello, permite reducir los costos de búsqueda de información, que podrían ser considerablemente elevados si es que las marcas no existiesen (RODRIGUEZ Garcia, 2010, pág. 303).

2.2 Marco histórico de la Propiedad Intelectual

En el siglo XVIII se da el inicio del desarrollo de la Propiedad intelectual como es definida hoy, con su marco legal, derechos morales, derechos económicos y demás. La propiedad intelectual, entendida desde la legislación europea *“es el derecho de una persona que crea algo no material, de ser reconocido como autor de la obra, que se la respete en su integridad, y por supuesto, su beneficio económico si lo considera oportuno”* (XALABARDER, 2002, pág. 13).

El fin del derecho de la propiedad intelectual es la protección de la obra del autor para fomentar su creación y valorizar el esfuerzo dado por el mismo para la culminación de la obra.

La historia de la propiedad intelectual se desarrolla mucho antes de que fuese construido el término. En los tiempos del antiguo Egipto los sacerdotes no revelaban el

secreto con el que predecían los desbordamientos del río Nilo, surgía desde ese momento el derecho a la propiedad, ligado al derecho a la intimidad del autor y al derecho de la no divulgación pública de la información y de esta forma, continuaban con su “divinidad secreta” (RENGIFO Garcia, El Moderno Derecho de Autor, 1997).

También aparecen los profetas y escritores de la biblia, quienes fueron creadores natos, sea la creación del arca de Noé o la sabiduría de Salomón, la historia de Moisés, fueron características propias de la esencia de cada uno y generaba entonces en ellos una digna sabiduría propiedad de ellos, profecías que eran generadas por el intelecto de cada uno y que no es secreto que han desarrollado un antecedente en la historia de la creación del mundo (ATTALI, 1989, pág. 46).

Es así como la Propiedad Intelectual sin necesidad de ser reglada, surge desde tiempos inmemorables, que han sido desarrollados a lo largo de la historia de la humanidad y que han avanzado por el intelecto del ser humano: el ser humano por naturaleza es inventor y creador de nuevas obras para la sociedad.

Mucho más adelante, durante la Edad Media, el clero manipulaba a todos los estamentos sociales (incluida la realeza, que era inculta), para ejercer y mantener su influencia social y de poder debido a su monopolio sobre la cultura (CHARROUX, 1982, pág. 78).

De otro modo, la imprenta moderna se desarrolla a partir el siglo XV (en torno al 1450). Se dice que la más antigua publicación fue la “Biblia de *Gutenberg*”¹ en Alemania.

¹La Biblia de Gutenberg, también conocida como la Biblia de 42 líneas o Biblia de Mazarino, es una edición de la Vulgata, impresa por Johannes Gutenberg en Maguncia, Alemania, en el siglo XV. Tras la impresión por el propio Gutenberg del Misal de Constanza a modo de ensayo en 1449, la Biblia es considerada el segundo libro impreso a gran escala mediante el sistema de tipos móviles, fue su mayor trabajo y tiene el estatus de icono por simbolizar el comienzo de la «Edad de la Imprenta».

Con ella se introduce la multiplicación de la información y la cultura a distintas capas sociales que anteriormente no tenían acceso a ella.

Durante la época del Renacimiento, la religión católica, el principado y el estado del antiguo continente se basaban en la costumbre legal que cobijaba a las tribus urbanas del feudalismo² para controlar de modo acertado las diferentes publicaciones. La principal medida legal referente a los monopolios era un tipo de la normativa feudal, en donde sus objetivos estaban basados en el control político sobre la reconocida agenda pública, por lo que el autor no aparecía como sujeto de derechos, sino el impresor. Pero el crecimiento de la imprenta de tipos móviles en la Europa de renacimiento, y con ella de las nuevas ideas de erasmistas³ y reformadores cristianos, los alarmó rápidamente (SABADA Rodriguez, 2008, pág. 52).

El control público (en parte delegado a la Iglesia católica), sin embargo, permitió la aparición de las primeras invenciones que generaron desarrollo en la sociedad.

La primera patente de la que se tiene conocimiento es referente al monopolio de la República de Venecia de 1474 a favor de Pietro di Ravena⁴ quien argumentaba que solamente él en persona o los impresores que él designara tenían facultades de tipo legal en el interior de la República a imprimir y divulgar su obra "Fénix".

²Se le denomina feudalismo a la forma especial que adquirió la organización social de los países europeos, durante la Edad Media y que consistió en la aparición de dos grandes clases: los Señores y los Vasallos.

³Movimiento ideológico suscitado por Erasmo de Rotterdam a principios del siglo XVI; su carácter humanístico a la vez que religioso lo pone en estrecha relación con la Reforma protestante, con la que coincide en el tiempo, en su método y en buena parte de sus postulados. Centrado en origen en Lovaina, el humanismo erasmista es inseparable del acontecimiento histórico que supuso la Reforma, si bien existen algunas diferencias entre ambos movimientos: la Reforma preconizó una radical separación de la Iglesia predominante, mientras que Erasmo, por el contrario, pretendía reformar el cristianismo desde su propio seno, sustrayéndolo de la rigidez formal, devocional y especulativa a la que se había visto sometido en la Baja Edad Media.

⁴Pietro di Ravena(Rávena , 1448 - Mainz , 1508) , fue un jurista italiano que enseñó en las universidades de Padua , de Greifswald , Wittenberg y Colonia .

La primera patente de este tipo apareció en Alemania en 1501 y en Gran Bretaña en 1518, referido solamente para obras concretas y siempre dirigidas al monopolio estatal. Una clásica maniobra se basa en la concesión de monopolios a la corona bajo forma de patente, lo cual la monarquía europea se encargó de extender en distintos ámbitos como forma de remuneración de sus colaboradores (SABADA Rodríguez, 2008, pág. 56).

A partir del desarrollo de los monopolios en Europa, se inicia la difusión masiva de documentos, textos impresos, revolucionando los sistemas de conocimiento y creando una auténtica modalidad de existencia cultural. Además, se intentó empezar a regular tanto a nivel económico como a nivel jurídico.

En curso del siglo XVII existieron diversos intentos de regulación jurídica de la propiedad intelectual, con el único fin de asegurar a los autores literarios parte de las ganancias obtenidas por los impresores de sus obras literarias, quienes para ese entonces eran los únicos con derecho a cobrar expeditas o costas del resultado de las ventas y reproducciones de las mismas. En ello recaía el sentido de las disposiciones de 1627 de Felipe IV en España (CHARROUX, 1982, pág. 84); Debido a que cualquier sujeto impresor tenía la opción de manipular cualquier obra, y el legislador pretendía mantener los incentivos del autor, obligándole a compartir una parte de los beneficios obtenidos con la monarquía. De esta manera generaba un ingreso a la corona y se sostenía parte del reinado, situaciones de esta índole son similares en las demás monarquías.

Luego en la Inglaterra barroca, en donde comienza la fase inglesa del *copyright* como muestra de un modelo jurídico de los derechos de propiedad intelectual. La monarquía censuraba los contenidos sin necesidad de policías ni censores, ya que hicieron un acuerdo especial con la agrupación de autores e impresores, que se comprometían a inscribir en el

registro de su Asociación todos lo que se fuera a imprimir (DELGADO, 1993), de esta manera autores e impresores estaban unidos frente a las falsificaciones.

Todo libro nuevo que era publicado debía ser depositado en un registro de acuerdo con la *Licensing Act* de 1662⁵, convertida en ley en 1681. De esta forma, la *Stationers' Company*⁶, la primera asociación de papelerías que contaba con monopolio sobre el uso de la imprenta, podría aprehender los textos que no estuvieran de acuerdo con las ideas de la Iglesia o del gobierno. Esta alianza duró casi cien años.

Sin embargo, la revolución de 1688 permitió el libre desarrollo de la impresión, por lo que el Estado inglés no tendría ese derecho de propiedad de las ideas beneficiando el mercado. A partir de ahí, se configura el primer sistema jurídico de la propiedad intelectual como tal.(CARRILLO Toral, 1996).

Es el llamado *Statute of Anne*⁷ (debido a Ana de Inglaterra, que lo promulgó) de 1710. Por primera vez aparecen las características propias del sistema de propiedad intelectual tal y como se conocen actualmente; de ahí recae la importancia de este.

Dicho sistema era definido como un régimen de incentivos a los autores. Además, se establecía un monopolio transitorio universal: veintiún años para los libros publicados antes de 1710; y catorce, prorrogables por otros catorce, para los libros publicados posteriormente. Pero quienes realizaban las impresiones generaron un conflicto ya que

⁵La concesión de licencias de la Ley de prensa 1662 es una ley del Parlamento de Inglaterra, "Ley para la prevención de los abusos frecuentes en la impresión de Libros y Folletos de traición y sin licencia sediciosos y para la regulación de la Imprenta y prensas de impresión

⁶La Honorable Compañía de Imprentas y Periódicos (mejor conocida como la Stationers' Company) es una de las Livery Companies de la ciudad de Londres. La Stationers' se fundó en 1403, y en 1557 recibió la cédula real. Sostuvo un monopolio sobre la industria editorial y fue oficialmente responsable de establecer y reforzar legislaciones vinculadas al comercio del libro hasta la sanción del Estatuto de la Reina Ana en 1709.

⁷ El Estatuto de la Reina Ana, fue promulgado el 10 de abril de 1710, conforma un importante antecedente histórico en el campo de los derechos de propiedad intelectual. Conocida como la primera norma legal que reconoció lo que se conoce en el derecho anglosajón como copyright.

argumentaban que una vez impresas las obras, ellos debían ser los beneficiarios del monopolio, y no el autor original, puesto que con la exclusiva labor de ellos el autor no podría dar a conocer su obra. (Camara de Comercio Colombo Americana, 2010) De esta manera surge la base de lo que ahora es la diferencia entre el *copyright*⁸ y los derechos de autor⁹.

Mientras que el *copyright* convierte una obra en un artículo, haciendo plenamente transmisibles los privilegios otorgados por el monopolio legal, el derecho de autor reserva éstos a los autores más allá incluso después de la venta (LIZARAZU, 2014).

También, en la “Enciclopedia” francesa aparece el término “derecho de copia” como “derecho de propiedad del escritor sobre sus obras” (1755). Y en 1789, al concordar los derechos fundamentales del hombre se subraya: “Cada ciudadano puede hablar, escribir e imprimir libremente” (ATTALI, 1989).

Siguiendo en la línea francesa en el año 1791 surge una ley que aumenta los derechos de los autores dramáticos a todo el territorio francés e impide la representación teatral sin la autorización de su “derecho habiente”¹⁰, cuyas obras serán de dominio público cinco años después de haber muerto el autor de las mismas.

Es entonces como surge la diferencia entre la legislación francesa y la inglesa la cual se encuentra basada en que la inglesa únicamente protege la reproducción y venta de impresos (*copyright*) y la francesa protege la obra durante toda la vida del autor, pero también la representación de sus obras.

⁸Derecho exclusivo de un autor, editor o concesionario para explotar una obra literaria, científica o artística durante cierto tiempo.

⁹ En el lenguaje jurídico, la expresión “derecho de autor” se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y artísticas. Las obras que son dirigidas a la protección por derecho de autor son desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos.

¹⁰Aplicase a la persona cuyos derechos derivan de otra.

El nuevo continente también tuvo incidencia jurídica en la propiedad intelectual, es así como en Estados Unidos, en 1790, se creó la *Federal Copyright Act*. En donde se plasmaron una serie de derechos pecuniarios de los autores sobre sus obras, en este caso los americanos no estuvieron frente a la moralidad, sino frente al lucro que subyace frente a la creación de una nueva obra, por lo que primaron la racionalidad económica (LIZARAZU, 2014).

La existencia de la Propiedad Intelectual se estudió como un permiso estatal y público dependiente del beneficio social futuro. A raíz de esto, inicia el cambio entre la relación autor y la obra producida, debido a las tecnologías de difusión que inician su arribo a la sociedad durante los siglos XIX y XX (SCHMITZ Vaccaro, 2009). Para el siglo XIX, como resultado de la expansión del capitalismo y la necesidad de incentivos para proteger el desarrollo tecnológico, se fortaleció la idea de la Propiedad Intelectual y aumentaron las leyes que lo protegían.

De hecho, ésta estuvo históricamente sometida a las necesidades sociales de innovación.

Otro aspecto necesario a tener en cuenta fue que los editores internacionales reconocían a los autores una contraprestación, a pesar de que los privilegios eran estatales, y no podían ser reclamados legalmente en otros países. Pero como los ingresos son mayores en la primera edición, los editores compraban los contenidos antes que sus competidores directos, en contra de sus privilegios legales, generaban una especie de competencia desleal, en donde suministraban un pago inicial directo y aseguraban la exclusividad sobre la obra. Frente a esto, el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, convocada en 1886 por iniciativa de Víctor Hugo, autor de los

primeros éxitos de ventas internacionales; marcó un momento decisivo en la globalización del derecho de autor al obligar a la reciprocidad en el reconocimiento de derechos a los autores por parte de los países signatarios (LIZARAZU, 2014).

Es ya en el siglo XX cuando se establecen como tal el copyright, los derechos de autor y las patentes. En donde se funda el BIRPI¹¹ (*Bureaux internationaux réunis pour la protection de la propriété intellectuelle*), que en la actualidad es la denominada OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) (FERNANDEZ Carballo, RANZ, & SIGUENZA Tortosa , 2008). Luego surgen en 1898 se funda la SAE, hoy SGAE (Sociedad General de Autores y Editores) en donde se dan las bases para el control de la propiedad intelectual, mediante diferentes instituciones jurídicas que darían vida a la Propiedad Intelectual.

Para el año 1909, la *Copyright Act* estadounidense establece que una película pertenece durante veinticinco años a quien la financia económicamente (productor, cadena, compañía) si es registrada en la Biblioteca del Congreso de Washington, mientras que en Europa la propiedad es del productor y del realizador (FERNANDEZ-LERGA, 1999).

Es entonces que según lo anterior:

- En primer lugar, fue establecida una Fase Inglesa, en la que los primeros librerías, periodistas y editores o autores eran liberales. La propiedad sobre los derechos de autor era una especie de control legal a los textos asociados al derecho penal inglés.

¹¹ Las Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual (BIRPI) es una organización internacional . Se creó en 1893 para administrar el Convenio de Berna para la protección de obras literarias y artísticas y la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial.

- Luego aparece la Fase Francesa en donde los derechos de autor sirven para reconocer un derecho pecuniario a los escritores. Se cambia de los privilegios obtenidos por la monarquía a los derechos legales recaídos sobre los autores.
- Por último, se establece la Fase Americana, en la cual los principales propulsores son liberales que están en contra del monopolio. Los derechos de autor son establecidos como derechos naturales intrínsecos a la persona. Se recompensa a los autores de obras para obtener un beneficio de sus creaciones. Es un conjunto que ocupa todos los modelos anteriores, pero discretos frente a la legislación norteamericana.

De esta primera aproximación se concluye que la historia de la propiedad intelectual está directamente vinculada a los diferentes cambios tecnológicos acaecidos durante la historia de la Humanidad. El sistema que en la actualidad rige la protección de la propiedad intelectual, es el resultado de la invención de la prensa de *Guttenberg* y se ha visto estructurado luego de la aparición de la fotografía, la cinematografía, los videos domésticos, los casetes, los audios y demás medios de reproducción.

La creación de la tecnología digital y de las redes digitales ha sido el más reciente instrumento al que se ha visto sometido el sistema del derecho de autor. En los últimos años surgió la aparición de una nueva normativa a todos los niveles para incorporar el sistema de protección del derecho de autor a la tecnología digital, y asegurar su permanente inclusión en Internet y el mundo digital.

2.3 Marco Conceptual

Antes de determinar una definición válida, es necesario separar y fijar el concepto de forma individual de las palabras Propiedad e Intelectual, para ello la Real Academia

Española en su “Diccionario de Lengua Española” define a la Propiedad como *“Derecho o facultad de poseer alguien algo y poder disponer de ello dentro de los límites legales”* (Española, 2016). El mismo diccionario define la palabra Intelectual como *“Perteneiente o relativo al entendimiento”*(Española, 2016). De manera conjunta la Real Academia de la lengua define la Propiedad Intelectual como *“Derecho de explotación exclusiva sobre las obras literarias o artísticas, que la ley reconoce a su autor durante un cierto plazo”* (Española, 2016).

Realizada la unión de los conceptos que emite la Real Academia de la lengua española, se tendrá como resultado que la propiedad intelectual es aquel resultado basado en el intelecto humano, que de forma básica se resume en creación novedosa que a lo largo de su existencia es un bien intangible, entendiéndose que el mismo posee un valor, pero, no puede ser palpado o percibido.

La propiedad intelectual es definida como aquella protección que otorga la ley a las creaciones intelectuales en el campo de la técnica, de las artes, de las obtenciones vegetales, así como de los signos distintivos de las prestaciones mercantiles (FERNANDEZ-LERGA, 1999).

En definición dada por ALVARO DIAZ, la Propiedad Intelectual se basa en el conocimiento y la información que forman parte de los inventos, las creaciones e incluso los signos y las palabras (DIAZ, 2008). La función básica es conformar las obras legalmente en bienes privados intangibles y transables en el mercado, por un determinado tiempo y con definidas limitaciones.

Desprendiéndose entonces derechos y deberes tanto para el autor como para el usuario de dicha obra. A efecto de su protección, las creaciones intelectuales son

consideradas como bienes intangibles, es decir, como bienes apropiables respecto de los cuales se ejerce una forma especial de propiedad privada, los cuales se integran al patrimonio de una persona o de una empresa, y a pesar de no tener una materialidad, de no poder ser percibidos por los sentidos, tienen un valor económico y pueden ser objeto de transacciones económicas.

La exclusividad con la que goza el dueño o poseedor de una obra, no es más que el mínimo derecho que este adquiere por el hecho de ser el creador de esta. Entendido esto a que la propiedad intelectual es el derecho proteccionista sobre las obras que surgen a raíz de un sacrificio humano que desarrolla un talento, que debe ser valorado en la sociedad. El titular de cualquiera de los derechos de propiedad intelectual tiene el derecho de usar y controlar (autorizar o prohibir) la explotación económica, fabricación o comercialización del producto que incorpora la creación. Así mismo puede disponer libremente de su derecho (salvo el derecho moral de autor que es inalienable) (CARRILLO Toral, 1996).

Aclara entonces ERNESTO RENGIFO, al suponer que la Propiedad Intelectual es *“aquella disciplina normativa que protege las creaciones intelectuales provenientes de un esfuerzo o destreza humano, propensos de reconocimiento jurídico”* (RENGIFO Garcia, El Moderno Derecho de Autor, 1997). La propiedad intelectual, puede ser vista como una limitante a la libre competencia, en donde se establece un esquema de protección que puede generar de manera secundaria la creación de monopolios en donde permanecerá un mercado exclusivo del creador de la obra.

La Propiedad Intelectual se clasifica en dos ramas especiales. La primera la cual se dirige al Derecho de Autor y Derechos conexos, y la Propiedad industrial. El derecho de autor según la Unesco, *“es entendido por Derecho de autor, en la órbita subjetiva, al*

*conjunto de derechos del que goza un autor o creador en relación con la obra que tiene originalidad o individualidad suficiente y que se encuentra incluida en el ámbito de protección expuesta. En su esquema objetivo, se basa en la denominación que recibe la materia que trata estos asuntos.*¹² El principal convenio o tratado que se refiere al tema, es la Convención de Berna para la Protección a los Derechos de Autor.

2.4 ¿Qué es propiedad industrial?

La revolución industrial trajo consigo que la industria, la manufactura y la mecanización de procesos productivos reemplazaron la mano de obra humana, logrando que se eliminaran puestos de trabajo. La revolución industrial se identificó en dos etapas principales, la primera basada en un liberalismo económico que en palabras castas se basa en la poca intervención estatal en la economía y en la libertad del ciudadano sobre sus propias finanzas, el estado debía aplicar la frase “dejar hacer, dejar pasar” (CHARROUX, 1982).

La segunda etapa de la revolución se basó en la consecuencia de la primera y fue catalogada como la entrada al modelo económico que predominará en diferentes potencias mundiales y este fue el “Capitalismo”¹³ que traería consigo avances tecnológicos que mejoraría la calidad de vida de los integrantes del nuevo mundo, es entonces como surge la necesidad de proteger las nuevas creaciones hechas por el ser humano, creaciones que describirían el ingenio del ciudadano y que permitiría definir una base de invención que se

¹² Definición que aparece en Delia Lipszyc, Derecho de autor y derechos conexos, UNESCO, CERLALC y ZAVALIA S.A., 2003; encargado por la UNESCO a la autora como contribución a la sistematización de la disciplina para ser utilizado como bibliografía en los planes de estudios universitarios

¹³ El capitalismo es un orden o sistema social y económico que deriva del usufructo de la propiedad privada sobre el capital como herramienta de producción, que se encuentra mayormente constituido por relaciones empresariales vinculadas a las actividades de inversión y obtención de beneficios, así como de relaciones laborales tanto autónomas como asalariadas subordinadas a fines mercantiles

proyectará como una fase de desarrollo, siendo la revolución industrial el engranaje principal para edificar lo que hoy llamamos Propiedad Industrial.

Fue entonces en Inglaterra en donde surge y se desarrolla el “*Statute of Monopolys*”¹⁴ en donde se concede exclusividad directa solamente al verdadero y primer inventor de invenciones por un periodo máximo de catorce años y de esta manera garantizar la utilización y aprovechamiento de invenciones en las cuales sólo tendría derecho el creador y el monopolio se regularía bajo las bases del primer inventor, se describe así como principal inicio del respeto de la propiedad sobre los inventos a la legislación inglesa en donde predominaba el “*common law*” (Lizarazu, 2014).

Es delimitado inicialmente el Derecho de la Propiedad Industrial en sistemas meramente anglosajones, en donde predomina el Derecho Consuetudinario. De forma complementaria surge el “*Estatuto de la Reina Ana – Copyright Act*” en 1710, considerado el primer documento legislativo de protección general al autor.

El estatuto de monopolios de 1623 autoriza la concesión de un privilegio al inventor como un medio para establecer nuevas industrias y sirviendo de complemento el Estatuto de la Reina Ana tiene como fin fomentar la creación de arte, literatura y ciencia en donde el hombre determina su capacidad interior de creación frente al mundo.

Se produce entonces una difusión de la propiedad industrial y surge objeto de estos dos tratados internacionales que luego serían acogidos por el Estado colombiano, la Convención de Paris de 1883 acogida en 1996, para proteger los derechos de propiedad industrial y la Convención de Berna para la protección de obras literarias y artísticas, esta

¹⁴El *statute of monopolys* fue una Ley del Parlamento de Inglaterra, entendida como la primer expresión legal de la patente. Patentes evolucionadas a partir de las cartas patentes, emitido por el monarca para otorgar monopolios sobre determinadas industrias a personas calificadas con nuevas técnicas.

última acogida por el Estado mediante la Ley 33 del 26 de octubre de 1887 (Lizarazu, 2014).

Frente a los avances presentados entre el siglo XIX y mediados del XX, surge la necesidad de crear una organización mundial para manejar todos los temas que se desarrollan respecto a la propiedad industrial, es entonces cómo surge la OMPI mediante la firma del convenio de la OMPI en Estocolmo a mediados de 1967.

La OMPI tiene dos objetivos principales, el primero busca fomentar la protección de la propiedad intelectual en toda la esfera global mediante la cooperación de los Estados miembros; el segundo es afirmar el trabajo conjunto de manera administrativa entre las Uniones de propiedad intelectual establecidas por los tratados administrados de la OMPI (FERNANDEZ Carballo, RANZ, & SIGUENZA Tortosa , 2008).

La OMPI y su nacimiento se remontan a la creación de la BIRPI (Oficinas Internacionales para la protección de la Propiedad Intelectual), siendo creada por la Convención de Paris y precursora del entonces OMPI que principalmente se ha ocupado de armonizar las legislaciones internacionales en la materia (LIZARAZU MONTOYA, 2014).

2.5 Objetivo de la Propiedad Industrial

La Propiedad Industrial es considerada como el privilegio de usar en forma exclusiva y temporal las creaciones y los signos distintivos de productos, establecimientos y servicios (RANGEL Medina, 2008). Como vemos durante la historia de la Propiedad Industrial surgió la necesidad de que cada creador de nuevas invenciones que le presentaran al mundo un avance significativo en desarrollo, tecnología e industria.

La necesidad de desarrollo mundial, trajo consigo la necesidad de las nuevas creaciones y así mismo el deber legal de los estados de preponderar sobre la protección de

las creaciones y los derechos adquiridos por sus creadores. Pero en la Propiedad Industrial las invenciones sobre las cuales recae la protección, se describen en dos grupos divididos en las nuevas creaciones y los signos distintivos, en el primer grupo se ubican a) las patentes de invenciones, b) patentes de modelos de utilidad y c) registro de diseños industriales; y el segundo grupo es integrado por a) las marcas, b) los lemas comerciales, c) los nombres comerciales, d) las enseñas comerciales y e) las indicaciones geográficas o denominaciones de origen (CARRILLO Toral, 1996).

2.6 Sobre los signos distintivos

Es necesario dar inicio a este estudio describiendo una noción genérica de signo distintivo, lo cual permite luego determinar cuál es el conjunto de signos que serán estudiados. Una definición, en este sentido, es la que nos da la Real Academia Española, que señala que signo es un “objeto, fenómeno o acción material que, por naturaleza o convención, representa o sustituye a otro”¹⁵. De la definición se pueden extraer los elementos esenciales del signo, a saber: (i) es algo: un objeto, fenómeno o acción material; (ii) que alude a otra cosa, como un producto o servicio; (iii) que sirve para distinguir esa cosa de otras; (iv) frente al público. Si faltara un solo elemento de estos cuatro, aquello no sería signo, y si algún día lo fue, dejaría de serlo (Martinez & RIOFRIO Martinez-villalba, 2014).

De forma análoga es necesario considerar el resto de signos distintivos. Ellos pueden ser considerados desde el punto de vista del consumidor y desde el punto de vista del creador o titular. Para el usuario, el signo distintivo hace referencia a un objeto, es “lo que distingue a un producto, servicio o cosa frente al público”, mientras para el creador o

¹⁵ Real academia de la lengua española.

titular, el signo distintivo además de ser un derecho sobre el objeto, es “un derecho del titular a distinguir su producto, servicio, institución, etc. frente al público, con aquel objeto” (Martinez & RIOFRIO Martinez-villalba, 2014).

Los signos distintivos son bienes intangibles, dicho concepto es aceptado en la órbita de la propiedad industrial, en donde la marca es considerada un “bien inmaterial”; se refiere esto a un bien que no puede ser percibido por la sensibilidad humana, diferente a esto, se hace imperativo que sea desarrollada en cosas tangibles (*corpus mechanichum*)¹⁶ para ser percibido de alguna forma, siendo además susceptible de ser reproducido ilimitadamente y de modo simultáneo en diversos lugares”.

¹⁶*CORPUS MECHANICHUM*: Expresión latina, traducible como cuerpo mecánico o material, que se utiliza modernamente para aludir al soporte material de la creación intelectual. El «corpus mechanicum» se contrapone al corpus mysticum que es la creación intelectual propiamente dicha. Mediante estos conceptos, que en realidad se complementan más que contraponen, se deslinda la creación literaria del soporte material de la misma. Es decir, mientras el «corpus mysticum» alude a la creación intelectual ya extrinsicada, el «corpus mechanicum» alude al cuerpo o soporte material en que la creación intelectual se hace presente y circula en el mundo sensible facilitando su uso o consumo. Es, por ejemplo, lo que sucede con la novela escrita y el libro en que se publica, vende y lee.

3 Capítulo 2

Sobre las Denominaciones de Origen

3.1 ¿Qué son las denominaciones de origen?

La denominación de origen tiene su génesis en los diversos esfuerzos de productores franceses, a partir del siglo XIX, para adquirir protección a cierta clase de mercaderías, en especial vinos, productos lácteos y textiles, que lograban una gran calidad al provenir de una región geográfica en la cual las características del suelo, el trabajo o el ingenio de los habitantes, el arte particular, etc., que hacían deseables, que merecían tutelarse, para protegerlos de una posible competencia desleal y de esta manera que el consumidor no fuera víctima de fraude. Pero sobre todo lo que se buscaba desde el principio era proteger a esos nombres de origen contra la usurpación de ellos en el extranjero. Al principio de esa lucha por obtener protección no se captaba muy bien de la naturaleza de la designación de origen, y menos, la real naturaleza de los derechos sobre ese tipo de signos, y más todavía, resultaba bastante complicado diseñar un sistema de protección para este sistema de propiedad industrial (TAMAYO Muñoz, 2009).

El uso de nombres geográficos para designar productos que provienen de una región es una costumbre muy antigua. Son los países de tradiciones muy antiguas los que recuerdan la reputación de sus productos y los países que ingresan a un mercado, buscan ubicar productos que transmitan la idea de su lugar de origen. La protección de las denominaciones de origen en el Mundo se ha logrado a través de la suscripción o adhesión a tratados internacionales multilaterales, dentro de los cuales se encuentran el Convenio de

París, el Arreglo de Lisboa, el Arreglo de Madrid y los Acuerdos ADPIC (LIZARAZU, 2014).

Adicionalmente, a través de acuerdos bilaterales, los países han garantizado la protección de las denominaciones de origen. Colombia ha suscrito diferentes tratados internacionales en los que se compromete a la protección de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas. Su primer compromiso fue adquirido a través de la Convención sobre Propiedad Industrial con Francia, firmada en Bogotá el 4 de septiembre de 1901, canjeadas las ratificaciones en Bogotá, el 4 de julio de 1904 y promulgada por Decreto 597 de 1904 en su artículo 5 señaló lo siguiente:

“El hecho de estampar o de hacer estampar sobre algunos productos una falsa indicación de origen, en la que uno de los Estados contratantes o un lugar situado en cualquiera de ellos resulte directa o indirectamente indicado como país o como lugar de origen, se castigará conforme a la legislación de cada Estado. Si alguna de las legislaciones no lo ha previsto, este hecho quedará sujeto a que se le apliquen las disposiciones prescritas para la falsificación de marca.”

Es necesario describir la protección que la norma debe otorgar a los productos obtenidos con base en las características geográficas de los estados, debido a que la falsedad en indicaciones de origen, genera daños para el consumidor y para el estado productor, de esta manera se perdería credibilidad en el estado y en el producto.

El Tratado de Amistad y Comercio con Suiza Firmado en París el 14 de marzo de 1908, aprobado por la ley 15 de 1908 y canjeadas las ratificaciones en París el 24 de junio de 1909 estableció:

Artículo 2°. - Las dos partes contratantes convienen en concederse recíprocamente los mismos derechos y ventajas que sean o hayan de ser concedidos en el porvenir a la nación más favorecida, en lo concerniente a comercio, aduanas, navegación, consulados, reglamentación del ejercicio de las profesiones comerciales e industriales, y a los impuestos que por ellas correspondan, protección de la propiedad industrial (patentes de invención, marcas de fábrica, tiquetes, muestras, nombres de lugar de su origen o indicación de su procedencia), la protección de obras científicas, literarias y artísticas, sometiéndose en cuanto a éstas se refiere, a las condiciones especiales establecidas por las leyes de cada Estado.

Igualmente, Colombia es miembro de la Convención Interamericana de protección marcaría y comercial firmada en Washington en 1929 que establece la protección de indicaciones de procedencia, así:

Artículo 27. - Quedan exceptuadas de las disposiciones contenidas en los anteriores artículos aquellas denominaciones, frases o palabras que, constituyendo en todo o en parte términos geográficos, hayan pasado, por los usos constantes, universales y honrados del comercio, a formar el nombre o designación propios del artículo, producto o mercancía a que se apliquen, no estando comprendidas, sin embargo, en esta excepción las indicaciones regionales de origen de productos industriales o agrícolas cuya calidad y aprecio por parte del público consumidor dependa del lugar de producción u origen.

El tratado de libre comercio firmado por los gobiernos de los Estados Unidos Mexicanos, la República de Colombia y la República de Venezuela en 1994 señaló lo siguiente frente a la protección de las indicaciones de procedencia:

“Artículo 1816: Protección de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

- 1. Cada parte protegerá las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas, en los términos de su legislación.*
- 2. Cada parte podrá declarar la protección de denominaciones de origen o, en su caso, de indicaciones geográficas, según lo prevea su legislación, a solicitud de las autoridades competentes de la Parte donde la denominación de origen o la indicación geográfica esté protegida.*
- 3. Las denominaciones de origen o las indicaciones geográficas protegidas en una Parte no serán consideradas comunes o genéricas para distinguir el bien, mientras subsista su protección en el país de origen.*
- 4. En relación con las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas, las Partes establecerán los medios legales para que las personas interesadas puedan impedir:*
 - a) El uso de cualquier medio que, en la asignación o presentación del bien, indique o sugiera que el bien de que se trate proviene de un territorio, región o localidad distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto;*
 - b) Cualquier otro uso que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido en que lo establece el artículo 10 del Convenio de París.”*

La Decisión 486 de la comisión de la Comunidad Andina en el Artículo 201 define a las denominaciones de origen, como aquellas indicaciones geográficas constituidas 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 a un producto originario de ella y cuya calidad, reputación u otras características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos (Camara de Comercio Colombo Americana, 2010).

Señala ALVAREZ *“el nacimiento de las denominaciones de origen es natural consecuencia de la existencia de un producto de calidad con reconocido prestigio”* (ALVAREZ ENRIQUEZ, 2001). En principio es posible decir que las denominaciones de origen forman parte de las indicaciones geográficas, ya que permiten la relación de un producto con determinado lugar en donde fue creado o es producido, generando confianza para el consumidor y respeto de derechos sobre el productor.

Muchos lugares tienen su nombre protegido por la Ley, sobre todo cuando del lugar se desprende la calidad o prestigio del producto que allí es fabricado. En la propiedad industrial se llama “denominaciones de origen” a los signos que distinguen productos con un origen geográfico concreto y que poseen cualidades, características o una reputación derivadas principalmente de su lugar de origen.

Se entiende por Denominación de Origen, la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto del mismo y cuya calidad o característica se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos (LOPEZ Cegarra, 2003).

Por características propias del lugar donde es fabricado un producto, son directamente determinantes de la calidad del mismo y por las condiciones de no repetición, solamente es producido en determinado sitio. Las denominaciones de origen, hacen parte de las indicaciones geográficas, en donde se permite diferenciar por el lugar de procedencia de determinado producto, el origen y forma de producción del mismo; las denominaciones de origen hacen parte de una institución la cual tiene como fundamento el reconocimiento de ciertos productos en razón a su lugar de procedencia y producción. Es un modo de identificación de un producto, en cual, por medio de características propias del lugar de creación, determinando características de calidad y originalidad del producto y garantizando que el producto adquirido solamente es producido en el sitio que describe la denominación de origen (ESPEJEL, FANDOS, & FLAVIAN, 2007).

Toda marca de garantía persigue garantizar, en beneficio del consumidor, que un determinado conjunto de bienes o servicios poseen ciertas características comunes, así como un cierto nivel de calidad, calidad que permite el crecimiento en la reputación de un Estado. Las marcas de garantía no deben confundirse con las denominaciones de origen, pues, estas también denominadas “Certificados de calidad” hacen referencia a la forma de distinción de diferentes estándares de calidad de un producto o servicio; muestran entonces los certificados, que el productor del bien o servicio, ha acatado todos los estándares de calidad exigidos por el titular de la marca al momento de la creación (PEREZ Bustamante, 1997).

Ahora bien, el elemento a que se refieren a las denominaciones de origen, o aquel que debe cumplir una indicación geográfica por ser reconocida como denominaciones de origen hace referencia a que la denominación consista en una zona geográfica

políticamente reconocida, sea el nombre de un país, un departamento o un Estado o un municipio (LIZARAZU, 2014). No necesariamente, también podrá ser denominación de origen el nombre de una zona geográfica que no esté reconocida de manera política o delimitada por fronteras, pero que sea reconocida por la generalidad del público (ARANA, Las indicaciones geograficas y las investigaciones sobre denominaciones de origen, 2005).

En efecto podría constituir denominación de origen el nombre de una zona geográfica que comprenda uno o más departamentos que son constituidos en regiones, tal es el caso de la región andina, caribe o pacifico en Colombia.

La denominación de origen debe ser utilizada para designar un producto originario de la zona geográfica; es decir, que el producto no puede venir de una zona geográfica diferente, es por esto que la principal característica de calidad hace referencia al origen del producto, ya que el mismo se origina en una zona geográfica que la hace distinta a las demás, el producto debe poseer una calidad, característica o reputación que se deba de manera exclusiva o esencial a la zona en la cual se origina, dados sus factores naturales y/o humanos, en donde se determina el vínculo existente entre el producto designado y la zona geográfica (TAMAYO Muñoz, 2009).

Relacionado con lo anterior, se encuentran como requisitos exigidos por la legislación para declarar o reconocer que una denominación de origen merece ser protegida; la legislación que en Colombia rige el tema marcario es la Decisión 486 de 2000 de la CAN, en la que se define que la denominación, no debe referirse a una indicación común o genérica, esto es que el nombre de la región, territorio, zona o país no sea el comúnmente utilizado para indicar el nombre técnico o usual de un producto, pero no debe entenderse tampoco que no pueda constituir denominación de origen por el hecho de

describir la procedencia del producto. Siendo entonces necesario que la denominación no sea equivalente a una marca, dado que el público debe reconocer de manera clara la procedencia del producto, siendo entonces el reconocimiento de la zona un requisito de declaración de la denominación de origen, además de brindar prestigio y una imagen de la zona geográfica frente a la sociedad mundial.

3.2 Elementos de las denominaciones de origen

Es necesario, entrar propiamente a definir los elementos que integran las denominaciones de origen. De esta manera, se deben señalar los elementos que la conforman y que la individualizan con rasgos propios frente a la indicación de procedencia que se verán más adelante.

Se entiende por los elementos, los rasgos típicos de la institución jurídica que tiende a conformarla propiamente.

- **Nombre de la región o un lugar o excepcionalmente país que designa un producto.**

Al momento de referirnos al nombre de la región o de un lugar, del país que designa determinado producto, se está haciendo alusión al hecho de que el producto que desee ser protegido por una denominación de origen debe provenir de un lugar geográficamente bien delimitado. Es necesario resaltar que, por excepción, se utiliza el nombre de un país, toda vez que el propósito sea señalar un lugar o región que, por sus condiciones especiales, permita diferenciar adecuadamente un producto de otro. Si se utilizara el nombre de un país, se desvirtuaría su concepto originario (Martinez & RIOFRIO Martinez-villalba, 2014).

- **Que sea originario.**

Según el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, el vocablo originario se define así:

"Originario: aquello que da origen a una persona o cosa, su origen de algún lugar, persona o cosa."

Para ahondar en esta definición, resulta pertinente analizar el término "origen"; así pues, este diccionario define el vocablo origen en los, siguientes términos:

"Origen: principio, nacimiento, manantial, raíz y causa de una cosa."

Al tratar de comprender el significado del término original, se debe concluir que hace referencia a la procedencia del producto. En este sentido, toda deducción lógica sobre la definición que se da sobre las denominaciones de origen, deben estar enmarcadas en el concepto de la procedencia del producto.

3.3 Utilización de las denominaciones de origen a nivel internacional

En diferentes países y regiones desde años anteriores, han sido promovidos para productos agrícolas y alimentarios las “denominaciones”, que tienen como función el diferenciar a determinados productos con características especiales en cuanto a su calidad. Las principales denominaciones de origen, se encuentran relacionadas con características de origen y territorio, pero existen otras características que han sido empleadas en países de Europa, como Francia, España y demás países del área mediterránea (ARANA, LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN: UNA METODOLOGIA PARA SU RECONOCIMIENTO, 2011).

El primer momento donde se protege jurídicamente a las denominaciones de origen, hace referencia a la Convención de París de año de 1883¹⁷ sobre protección a la propiedad industrial respecto a las marcas y patentes. Surge además la convención de Madrid de 1891, en lo que a las denominaciones de origen trata, la convención de Madrid trata de las falsas indicaciones de procedencia¹⁸ (LIZARAZU, 2014)

La utilización de las denominaciones de origen constituye un privilegio de propiedad industrial, que se basara en la exclusiva utilización de un signo distintivo compuesto por una indicación geográfica. Surge la necesidad de determinar la titularidad de las denominaciones de origen, lo cual será reflejado por la legislación interna de cada Estado.

Las denominaciones de origen bajo el uso internacional, están reflejadas bajo los productos más predominantes y característicos de diferentes geografías en el mundo, tal es el caso del Tequila en México, del Champagne de Francia, el Jamón serrano de España y demás productos que serán descritos a continuación:

En el caso de España la calidad surge como uno de los activos más sólidos con las que cuenta los sectores agroalimentarios del Estado español y de la zona europea, para incrementar y fortalecer su presencia en los mercados nacionales e internacionales. En un

¹⁷El Convenio de París, adoptado en 1883, se aplica a la propiedad industrial en su acepción más amplia, con inclusión de las patentes, las marcas, los dibujos y modelos industriales, los modelos de utilidad, las marcas de servicio, los nombres comerciales, las indicaciones geográficas y a la represión de la competencia desleal. Este acuerdo internacional fue el primer paso importante para ayudar a los creadores a proteger sus obras intelectuales en otros países.

¹⁸ De conformidad con la convención de Madrid de 1891, deberán embargarse en el momento de la importación todos los productos en que figure una indicación de procedencia falsa o engañosa la cual señale de forma directa o indirecta a un Estado Contratante o a un lugar de éste, y deberá prohibirse esa importación o aplicarse otras medidas y sanciones con respecto a ella. En la convención se precisan los casos y el modo en que podrá solicitarse y ejecutarse el embargo. En relación con la venta, la exposición o la oferta a la venta de productos, quedan prohibidas las indicaciones que tengan carácter de publicidad susceptible de inducir al público a error sobre la procedencia del producto en cuestión. Corresponderá a los tribunales de los Estados Contratantes determinar las denominaciones que, en razón de su carácter genérico, se sustraigan a las disposiciones del Arreglo (siempre que no se trate de denominaciones regionales de procedencia de los productos vinícolas). El Arreglo no prevé la constitución de una Unión ni que se establezca un órgano rector o se dote de presupuesto.

contexto que se caracteriza por las graves dificultades en el comercio exterior de productos alimentarios y por sucesivas crisis de carácter básicamente sanitario que destruyen la confianza del consumidor, el segmento de los alimentos de calidad amparados por algún tipo de figura de protección es el que presenta unos índices más sostenidos de crecimiento (ERRAZURIZ TORTORI, 2010).

Bien es cierto que el sector alimentario europeo, se ha caracterizado mundialmente por su calidad, que ha definido una imagen reconocida frente a la comunidad internacional, productos como productos lácteos (quesos), cárnicos y vegetales que componen los más de setenta productos que son protegidos por las denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

Visiblemente, la colocación que logran algunos de los productos en el ámbito internacional se replica en beneficios cuantiosos, tanto en el ámbito económico como en la reputación del producto que es protegido.

Países hispanoamericanos como Cuba y México han utilizado la protección a nivel internacional de sus productos, a través de denominaciones de origen. En el caso de Cuba, se presentan los siguientes ejemplos: Cuba, Habanos, Habano y Habaneros; y en el caso de México, se encuentran las siguientes denominaciones: Tequila, Mezcal, Talavera y Olinalá. Como dato relevante, se refleja que la República de México, recientemente ha reconocido varias de las denominaciones de origen mencionadas con anterioridad; estas son: "TALAVERA" (Cerámica de Puebla), "OLINALÁ" (artesanía de madera) y "MEZCAL". Las mismas fueron declaradas denominaciones de origen a través de decretos publicados, mismos que datan del 17 de marzo de 1995, que corresponden a "TALAVERA" y "OLINALÁ" y "MEZCAL", que corresponden al 28 de noviembre de 1984.

4 Capítulo 3

Protección legal de las Denominaciones de Origen

4.1 El convenio de Paris

Según la OMPI, la propiedad industrial se aplica en su acepción más amplia, al uso de las patentes, las marcas de productos y servicios, los dibujos y modelos industriales, los modelos de utilidad, las marcas de servicio, los nombres comerciales, las indicaciones geográficas y la represión de la competencia desleal (OMPI, 2016).

Las principales disposiciones del Convenio se dividen en tres categorías principales: trato nacional, derecho de prioridad y normas comunes.

1) En virtud de las disposiciones sobre el **trato nacional**, el Convenio hace referencia en lo que se refiere a la protección de la propiedad industrial, los Estados Contratantes deberán conceder a los nacionales de los demás Estados Contratantes la misma protección que concede a sus propios nacionales. También tendrán derecho a esa protección los nacionales de los Estados que no sean contratantes, siempre que estén domiciliados o tengan establecimiento industrial o comercial efectivo y serio en un Estado Contratante (OMPI, 2016).

2) En el Convenio es establecido el derecho de prioridad en relación con las patentes, las marcas y los dibujos y modelos industriales. Significa ese derecho que, con arreglo a una primera solicitud de patente de invención o de registro de la marca que sea presentada en uno de los Estados Contratantes, el solicitante podrá, durante 12 meses para las patentes y los modelos de utilidad y seis meses para los dibujos y modelos industriales y las marcas, solicitar la protección en cualquiera de los demás Estados Contratantes; esas solicitudes

posteriores se considerarán presentadas el mismo día de la primera solicitud. Dicho de otro modo, esas solicitudes posteriores tendrán prioridad con respecto a las solicitudes que otras personas puedan presentar durante los citados plazos por la misma invención, modelo de utilidad, marca o dibujo o modelo industrial. Además, como se fundan en la primera, dichas solicitudes posteriores no se verán afectadas por hechos que puedan haber acaecido en el intervalo, como la publicación de la invención o la venta de artículos que utilicen la marca o en los que se plasme el dibujo o modelo industrial (OMPI, 2016).

Una de las grandes ventajas prácticas de esta disposición radica en que el solicitante que desea protección en varios países no está obligado a presentar todas las solicitudes al mismo tiempo, sino que dispone de 6 o 12 meses para decidir en qué países desea la protección y para disponer con todo el cuidado debido las diligencias necesarias para asegurarse la protección (OMPI, 2016).

3) En el Convenio se establecen además algunas normas comunes a las que deben atenerse todos los Estados Contratantes. Las más importantes son las siguientes:

a) En relación con las patentes: Las patentes concedidas en los diferentes Estados que ratifican el convenio para la misma invención son independientes entre sí: la concesión de la patente en un Estado Contratante no obliga a los demás a conceder otra patente; la patente no podrá ser denegada, anulada, ni considerada caducada en un Estado Contratante por el hecho de haber sido denegada o anulada o haber caducado en otro (OMPI, 2016).

No se podrá denegar la concesión de una patente, y la patente no podrá ser invalidada por el hecho de que la venta del producto patentado o el producto obtenido por un procedimiento patentado estén sujetos a restricciones o limitaciones previstas en la legislación nacional.

El Estado Contratante que tome medidas legislativas que prevean la concesión de licencias obligatorias para evitar los abusos que podrían derivarse del ejercicio de los derechos exclusivos conferidos por la patente podrá hacerlo únicamente en determinadas condiciones. Sólo se podrá conceder la licencia obligatoria (licencia que no concede el propietario de la patente, sino el órgano competente del Estado de que se trate), atendiendo a la falta de explotación industrial o explotación insuficiente de la invención patentada, cuando la solicitud haya sido presentada después de tres años contados desde la concesión de la patente o después de cuatro años contados desde la fecha de presentación de la solicitud de patente. Además, la solicitud habrá de ser rechazada si el titular de la patente justifica su inacción con motivos legítimos. Además, la caducidad de la patente no podrá ser prevista sino para el caso en que la concesión de licencia obligatoria no hubiera bastado para impedir el abuso. En este último caso, se podrá entablar el procedimiento para declarar caducada la patente, pero no antes de que expiren dos años contados desde la concesión de la primera licencia obligatoria (OMPI, 2016).

b) En relación con las marcas: El Convenio de París no fija las condiciones de presentación y registro de las marcas, que se rigen por el derecho interno de los Estados Contratantes. En consecuencia, no se podrá rechazar la solicitud de registro de una marca presentada por un ciudadano de un Estado Contratante, ni se podrá invalidar el registro, por el hecho de que no hubiera sido presentada, registrada o renovada en el país de origen. Una vez obtenido el registro de la marca en el Estado Contratante, la marca se considera independiente de las marcas que, en su caso, se hayan registrado en otro país, incluido el propio país de origen; por consiguiente, la caducidad o anulación del registro de la marca en un Estado

Contratante no afecta a la validez de los registros en los demás Estados Contratantes (OMPI, 2016).

Cuando la marca ha sido debidamente registrada en el país de origen, tiene que ser admitida para su depósito y protegida en su forma original en los demás Estados Contratantes, cuando así se solicita. No obstante, se podrá denegar el registro en supuestos debidamente establecidos, como cuando la marca afecta a derechos adquiridos por terceros, cuando está desprovista de todo carácter distintivo o es contraria a la moral o al orden público o de naturaleza tal que pueda engañar al público (OMPI, 2016).

Si en el Estado Contratante fuera obligatoria la utilización de la marca registrada, el registro no podrá ser anulado por la falta de utilización, sino después de transcurrido un plazo prudencial y sólo si el interesado no justificase las causas de su inacción (OMPI, 2016).

Los Estados Contratantes están obligados a denegar el registro y a prohibir el uso de una marca que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear confusión, de otra marca utilizada para productos idénticos o similares y que, a juicio del órgano competente del respectivo Estado, resultara que es notoriamente conocida en ese Estado como marca que ya es propiedad de una persona que pueda beneficiarse del Convenio (OMPI, 2016).

Los Estados Contratantes deberán igualmente rechazar el registro y prohibir el uso de marcas que contengan, sin permiso, escudos de armas, emblemas de Estado y signos y punzones oficiales de los Estados Contratantes, siempre que éstos les hayan sido comunicados por conducto de la Oficina Internacional de la OMPI. Las mismas

disposiciones se aplican a los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de ciertas organizaciones intergubernamentales.

Las marcas colectivas deben estar protegidas.

- c) En relación con los dibujos y modelos industriales: Los dibujos y modelos industriales tienen que estar protegidos en todos los Estados Contratantes, y no se podrá denegar la protección por el hecho de que los productos a los que se aplique el dibujo o modelo no sean fabricados en ese Estado (OMPI, 2016).
- d) En relación con los nombres comerciales: Los nombres comerciales estarán protegidos en todos los Estados Contratantes sin obligación de su depósito o de registro (OMPI, 2016).
- e) En relación con las indicaciones de procedencia: Los Estados Contratantes 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 (OMPI, 2016).
- f) En relación con la competencia desleal: Todos Estados Contratantes están obligados a asegurar una protección eficaz contra la competencia desleal (OMPI, 2016).

La Unión de París, instituida por el Convenio, se dotó de una Asamblea y de un Comité Ejecutivo. Forman la Asamblea todos los Estados miembros de la Unión que se hayan adherido, por lo menos, a las disposiciones administrativas y a las cláusulas finales del Acta de Estocolmo (1967). A su vez, los miembros del Comité Ejecutivo son elegidos entre quienes pertenecen a la Unión, excepto en el caso de Suiza, que es miembro de oficio. Corresponde a la Asamblea establecer el presupuesto bienal por programas de la Secretaría de la OMPI en lo que respecta a la Unión de París (OMPI, 2016).

4.2 Rol de la Superintendencia de Industria y Comercio en la protección legal a las denominaciones de origen.

Al igual que ocurre con las empresas en Colombia, quienes para su registro y existencia es necesario que se encuentren registradas ante las cámaras de comercio correspondiente. Para el tema de la propiedad industrial, también existe una institución de control, en el caso colombiano, el organismo pendiente del control respectivo a todos los integrantes de la propiedad intelectual es la “Superintendencia de Industria y Comercio”. Es necesario entonces realizar un breve aparte histórico respecto a la creación del ente de control y protección de la propiedad industrial en Colombia.

Durante finales del XX, Colombia enfrentó un crecimiento industrial y económico favorable, que motivó a la realización de cambios en el control y manejo de las políticas y reglas correspondientes a la protección de la industria nacional. De esta manera cobra existencia la Ley 155 de 1959, en la cual se establece la intervención estatal en la fijación de los precios, con el ánimo de garantizar tanto los intereses de los consumidores como de los productores (SIC, 2016).

La facultad reguladora que surge para la superintendencia de industria y comercio, que por expresas disposiciones constitucionales compete al poder ejecutivo del Estado, la ejercieron distintos ministerios e institutos tales como el Ministerio de Desarrollo Económico, el Instituto de Obras Públicas, el Ministerio de Minas y Energía, el Ministerio de Comunicaciones y el Instituto de Aprovechamiento de Aguas y Fomento Eléctrico, haciéndose necesario concentrar el poder fiscalizador de precios y tarifas en un sólo organismo y terminar así con la implementación de la actividad reguladora, que era causante de interferencias, dualidades y dilaciones (SIC, 2016).

Es de esta manera como el gobierno, con base en las facultades otorgadas al Presidente de la República a través de la Ley 19 del 25 de noviembre de 1958, expidió el Decreto 1653 del 15 de julio de 1960, mediante el cual creó la Superintendencia de Regulación Económica. Este organismo de la Rama Ejecutiva fue el encargado especialmente de estudiar y aprobar con criterio económico y técnico, las tarifas y reglamentos de servicios públicos como energía eléctrica, acueducto, alcantarillado y similares, y las tarifas de los espectáculos públicos, de los cines y de los hoteles (SIC, 2016).

Según el Decreto antes mencionado, era función de la Superintendencia intervenir en los estudios de costos y regular los precios de la canasta familiar, que estaban bajo el control gubernamental.

Adicional a dichas facultades, al nuevo órgano ejecutivo le fueron adscritas las funciones sobre prácticas comerciales restrictivas que señalaba la Ley 155 de 1959 al Ministerio de Fomento, mientras que éste último conservaba la responsabilidad sobre el Registro de la Propiedad Industrial (SIC, 2016).

4.3 Protección Jurídica de las Denominaciones de Origen.

Las Denominaciones de Origen son protegidas, aunque no en todos los casos por la legislación nacional de los países, debido que de manera adicional se presentan los tratados internacionales.

Dentro del marco jurídico en Colombia, se puede prever una protección de las Denominaciones de Origen a través del registro de las mismas, en otras a través de su uso, en otras a través del derecho marcario como causal de no registro por usurpación de

derechos, así como también por medio de la competencia desleal o acciones por infracción, y normas sobre protección al consumidor.

Conforme a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones, se estipulan diversas formas de protección que debe recaer sobre las Denominaciones de Origen. Por un lado, está la declaración administrativa de protección de una Denominación de Origen establecida como un sistema registral. De otro modo, se consagra la causal de irregistrabilidad de marcas que generen confusión respecto a una Denominación de Origen, así como la acción por infracción de derechos de propiedad industrial y acción de competencia desleal por actos asociados a la propiedad industrial.

En el Convenio de París en el artículo 10 en concordancia con el artículo 9, se consagra una protección a través del mecanismo del castigo a la competencia desleal, donde en sus artículos 10 Bis y 10 Ter, remite a la legislación interna para que se desarrollen mecanismos tendientes a la protección de cualquier conducta de competencia desleal referentes a las Denominaciones de Origen.

En Colombia surge la Ley 256 de 1996 de Competencia Desleal, en donde el artículo 11, hace referencia al Convenio de París y expresa la presunción de deslealtad a la utilización o difusión de indicaciones incorrectas o falsas que generen error o engaño respecto de los productos, esto podría luego determinarse en la actualidad bajo los supuestos expuestos en el Estatuto del Consumidor. Adicionalmente, en el artículo 15 de la misma Ley en el inciso segundo asevera que se considera desleal el uso no autorizado de Denominaciones de Origen falsas o engañosas, sin importar que el producto se encuentre con indicaciones de su verdadera procedencia o de expresiones como guía, sistema, tipo, clase, género, manera, imitación y similares.

Los mecanismos exigidos por el Convenio de París para proteger adecuadamente este signo distintivo, se encuentra en las disposiciones procesales de la Ley 256 de 1996¹⁹. Por otro lado y en atención a la posibilidad de salvaguardar a las Denominaciones de Origen Colombianas en el exterior y determinarlas como eje de desarrollo en la región, es procedente señalar lo referente al Acuerdo TRIPs²⁰, el cual al tener cerca de 130 países adheridos, los mismos deberán adoptar sus legislaciones internas de conformidad con lo dispuesto en dicho acuerdo, es decir, que los países adheridos al Tratado y que aún no habían desarrollado una legislación que brinde un blindaje adecuado sobre las Denominaciones de Origen de conformidad con este Acuerdo, al momento de entrar en vigencia del Tratado estos signos distintivos debían contener los mecanismos adecuados de protección, lo que indica que a corto plazo se puede esperar que internacionalmente las Denominaciones de Origen tengan los instrumentos suficientes para defender su tipo especial de distintividad.

Como es conocida la prevalencia constitucional en la legislación colombiana, es necesario señalar desde el ámbito constitucional, la necesidad que surge para la creación de una normatividad que proteja la propiedad industrial y de manera directa las denominaciones de origen.

La carta política establece la necesidad de que el estado encabece la debida protección legal a la propiedad industrial y lo enfatiza en la propiedad intelectual, garantizándose mediante:

Art 61.- El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley

¹⁹ Ley sobre la competencia desleal.

²⁰ Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual

Referente a la propiedad privada e iniciativa privada, la constitución prevé bajo el articulado 333:

Art. 333.- La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará y controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación.

Realizando la interpretación a la norma, la cual establece la libre competencia y la libertad de empresa, en este caso el legislador se dirige a expresar la necesidad del ser humano de ser creador de empresa y de respetar la competencia que podría llegar a surgir, ahora bien, la constitución política prevé la aplicación de normas reguladoras respecto a la propiedad intelectual, siendo el ser humano como lo dice (RANGEL Medina, 2008) “un creador nato, que requiere de medios que permitan generar nuevas creación y de forma directa desarrollo en el mundo moderno”; siendo entonces el ciudadano creador. El Estado debe garantizar la protección a sus derechos intelectuales, como se ha dicho anteriormente en este texto, el

Estado por medio de su intervencionismo genera las protecciones legales necesarias; ahora bien las denominaciones de origen, por ser una clase de signo distintivo que según (ESPEJEL, FANDOS, & FLAVIAN, 2007, pág. 7) genera la confianza en el consumidor y aumenta la imagen favorable del Estado productor, es necesario que el mismo desarrolle una política de protección legal, siendo entonces compromiso estatal, como bien lo reza la decisión 486 de la CAN, en lo atinente al respeto sobre la salvaguarda de los patrimonios biológicos y genéticos, así como los conocimientos tradicionales de sus comunidades indígenas, afroamericanas o locales.

Artículo 3. Decisión 486 de 2000 CAN - Los Países Miembros asegurarán que la protección conferida a los elementos de la propiedad industrial se concederá salvaguardando y respetando su patrimonio biológico y genético, así como los conocimientos tradicionales de sus comunidades indígenas, afroamericanas o locales. En tal virtud, la concesión de patentes que versen sobre invenciones desarrolladas a partir de material obtenido de dicho patrimonio o dichos conocimientos estará supeditada a que ese material haya sido adquirido de conformidad con el ordenamiento jurídico internacional, comunitario y nacional. Los Países Miembros reconocen el derecho y la facultad para decidir de las comunidades indígenas, afroamericanas o locales, sobre sus conocimientos colectivos.

Genera entonces desde la órbita de la CAN, la necesidad de que el estado, garantice la protección legal a los productos propios del territorio, respetando su tradición y dando provecho a las características geográficas del Estado, brindando nuevos productos de calidad a la sociedad y generando una imagen favorable frente al mundo.

La primera medida de protección en la propiedad industrial y de manera anexa a las denominaciones de origen, es la adquisición del reconocimiento por parte del Estado, sobre el posicionamiento de un producto con nombre geográfico (LIZARAZU, 2014, pág. 39). Distinto al registro marcario, la declaración de protección de una denominación de origen, se da por el reconocimiento de la existencia de un producto que a lo largo de su uso ostenta características de calidad y del factor humano que a lo largo de su existencia han sido sostenidas.

Bien lo dice Lizarazu Montoya al describir que las denominaciones de origen constituyen signos distintivos diferentes a las marcas, en virtud de que la función principal es identificar la calidad y reputación de un producto en relación con un determinado lugar. Entonces el inicio de la protección legal a las denominaciones de origen hace referencia al reconocimiento por parte de un Estado.

La regulación interna consagrada para las denominaciones de origen, está consagrada en la Decisión 486 de 2000 de la CAN, en el ámbito internacional está el Convenio de París para la protección de la propiedad industrial, el Arreglo de Madrid de 1891 relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas en los productos, el Arreglo de Lisboa de 1958 relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional y por último, el Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados en el comercio (LIZARAZU, 2014, pág. 159)

Describe entonces la decisión 486 de la CAN:

Artículo 201 Decisión 486 de 2000.- 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.

En lo anterior se describe en primera medida la definición relevantemente jurídica, respecto a las Denominaciones de origen, pero la Decisión 486 no se quedó corta a la hora de determinar los lineamientos legales, referentes a la propiedad industrial y más de las Denominaciones de Origen, por ello enmarca las formas en las cuales no habrá lugar a la declaratoria de denominaciones de origen por parte de los Estados que ratificaron la normatividad andina:

Artículo 202 Decisión 486 de 2000. - *No podrán ser declaradas como denominaciones de origen, aquellas que:*

- 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.*

La Decisión es enfática en describir la necesidad de que el producto a ser declarado, sea un producto único y que sus características de calidad, sean determinadas por la

ubicación y que el reconocimiento del producto sea realizado tanto por el público experto como por el público neófito en el tema. Se determinan entonces los parámetros referentes a la efectiva declaración y la negativa declaración de denominación de origen. Se encarga entonces luego de describir las formalidades para adquirir la declaratoria de denominación de origen; el primer paso para la protección jurídica de las denominaciones de origen, es la entrada al rigor de la propiedad industrial, pues no puede ser protegido algo que aún no debe ser protegido (Camara de Comercio Colombo Americana, 2010, pág. 130).

La Decisión 486 describe de manera enfática, el procedimiento que debe seguir el interesado en la declaratoria de denominación de origen por parte del Estado, en el caso colombiano la autoridad competente para otorgar dicha solicitud es la Superintendencia de industria y comercio (Camara de Comercio Colombo Americana, 2010, pág. 131).

Existe una legitimación por activa, similar a como existe la misma figura en el derecho administrativo, en donde no cualquier persona puede solicitar la declaratoria y protección de las denominaciones de origen (GRANADOS J. I., 2012, pág. 99). No cualquier persona puede solicitar la protección de la denominación de origen, es por esto, que la petición puede ser presentada de oficio, en donde será la superintendencia de industria comercio la institución encargada de realizar el trámite correspondiente (LIZARAZU, 2014, pág. 163).

Una denominación de origen adquiere el estatus de protegida mediante el acto de declaración o de reconocimiento proferido por la autoridad nacional competente (Superintendencia de industria y comercio), siendo entonces un acto declarativo, en el cual la finalidad es reconocer que un producto es identificado y reconocido por el nombre de la zona, territorio o región en el que se origina y que sus características se deben

ineludiblemente a las condiciones especiales de esa zona (Camara de Comercio Colombo Americana, 2010, pág. 130).

La solicitud, también puede ser presentada por quien demuestre legítimo interés, es decir, aquellas personas naturales o jurídicas que se dediquen a la extracción o elaboración del producto que se pretenda proteger, un ejemplo claro, es el presentado para la denominación de origen Café de Colombia, en donde quien realizó la petición fue la Federación Nacional de Cafeteros, por ser una entidad cuya función era el interés general de los caficultores colombianos y la entidad gremial que los agrupa (LIZARAZU, 2014, pág. 163).

De forma similar la solicitud también puede ser realizada por parte de las autoridades estatales, departamentales, municipales o provinciales, (GRANADOS J. I., 2012, pág. 104) respecto de los productos que según la zona de ubicación cumpla con las condiciones ya descritas por parte de la Decisión 486 de 2000.

Ahora el artículo 218 de la Decisión 486, describe:

Artículo 218. Las oficinas nacionales competentes podrán reconocer las denominaciones de origen protegidas en otro País Miembro, cuando la solicitud la formulen sus productores, extractores, fabricantes o artesanos que tengan legítimo interés o las autoridades públicas de los mismos.

Está entonces legitimado: por activa, directamente la Superintendencia de Industria y Comercio, para que de manera oficiosa en el caso en que las denominaciones de origen que hayan sido declaradas en otro país miembro de la CAN, podrán solicitar su protección los productores, extractores, fabricantes o artesanos que tengan legítimo interés o las autoridades públicas de los mismos (LIZARAZU, 2014, pág. 163).

Las Denominaciones de Origen en el ámbito adjetivo

El origen de la protección jurídica de las denominaciones de origen inicia con el reconocimiento de la misma por parte de la autoridad administrativa, necesariamente antes de reconocimiento alguno es necesaria la existencia de un procedimiento previo, dicha parte adjetiva de las denominaciones de origen, está plenamente descrito en la Decisión 486 de 2000.

Artículo 204 DECISION 486 DE 2000.- 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.*

Luego de ser admitida la solicitud, la Superintendencia de Industria y Comercio, tendrá treinta días para determinar si la solicitud cumple con los requisitos de forma y luego continuará con el examen exhaustivo al fondo de la cuestión a declarar.

En caso de ser declarada la denominación de origen, esta tendrá una vigencia, referente al termino mientras subsistan las condiciones que motivaron la declaración, es decir, que se puede prorrogar la declaración indefinidamente, siempre y cuando la reputación y la

calidad del producto subsistan, es necesario definir que la SIC, tendrá libre facultad de determinar un tiempo o un término sobre la denominación de origen; de igual manera es facultativo de la SIC, modificar en cualquier momento la declaración de protección de la denominación de origen, siempre y cuando al momento de la modificación, la calidad y la reputación de producto sufran alguna variación (LIZARAZU, 2014, pág. 165)

Régimen de protección

La decisión 486 de 2000, remite bajo el artículo 212, el cual reza:

Artículo 212. DECISION 486 DE 2000- La utilización de denominaciones de origen con relación a los productos naturales, agrícolas, artesanales o industriales provenientes de los Países Miembros, queda reservada exclusivamente para los productores, fabricantes y artesanos que tengan sus establecimientos de producción o de fabricación en la localidad o región del País Miembro designada o evocada por dicha denominación.

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

Son aplicables a las denominaciones de origen protegidas las disposiciones de los Artículos 155, 156, 157 y 158, en cuanto corresponda.

El mismo artículo refiere a que la denominación de origen, al momento de ser declarada su protección, se le da el mismo tratamiento referente a una marca, tratamiento determinado por la Decisión 486:

Artículo 155. DECISION 486 DE 2000 - *El registro de una marca confiere a su titular el derecho de impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos:*

a) aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;

b) suprimir o modificar la marca con fines comerciales, después de que se hubiese aplicado o colocado sobre los productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre los productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;

c) fabricar etiquetas, envases, envolturas, embalajes u otros materiales que reproduzcan o contengan la marca, así como comercializar o detentar tales materiales;

d) usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión 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;

e) usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de

una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular;

f) usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio.

El artículo anterior, establece las prohibiciones establecidas de uso de signos distintivos registrados, esto ante terceros que quieran utilizar o usurpar los derechos que recaen sobre un signo distintivo registrado y su legítimo dueño.

Artículo 156. DECISION 486 DE 2000 - *A efectos de lo previsto en los literales e) y f) del artículo anterior, constituirán uso de un signo en el comercio por parte de un tercero, entre otros, los siguientes actos:*

a) introducir en el comercio, vender, ofrecer en venta o distribuir productos o servicios con ese signo;

b) importar, exportar, almacenar o transportar productos con ese signo; o,

c) emplear el signo en publicidad, publicaciones, documentos comerciales o comunicaciones escritas u orales, independientemente del medio de comunicación empleado y sin perjuicio de las normas sobre publicidad que fuesen aplicables.

Establece los actos de utilización descritos en el artículo 155 y los define de forma clara, tal que queden especificadas las situaciones que darían lugar a un uso no autorizado del signo distintivo registrado.

Artículo 157. DECISION 486 DE 2000 - Los terceros podrán, sin consentimiento del titular de la marca registrada, utilizar en el mercado su propio nombre, domicilio o seudónimo, un nombre geográfico o cualquier otra indicación cierta relativa a la especie, calidad, cantidad, destino, valor, lugar de origen o época de producción de sus productos o de la prestación de sus servicios u otras características de éstos; siempre que ello se haga de buena fe, no constituya uso a título de marca, y tal uso se limite a propósitos de identificación o de información y no sea capaz de inducir al público a confusión sobre la procedencia de los productos o servicios.

El registro de la marca no confiere a su titular, el derecho de prohibir a un tercero usar la marca para anunciar, inclusive en publicidad comparativa, ofrecer en venta o indicar la existencia o disponibilidad de productos o servicios legítimamente marcados; o para indicar la compatibilidad o adecuación de piezas de recambio o de accesorios utilizables con los productos de la marca registrada, siempre que tal uso sea de buena fe, se limite al propósito de información al público y no sea susceptible de inducirlo a confusión sobre el origen empresarial de los productos o servicios respectivos.

Hace referencia al posible uso publicitario que pueden dar los terceros sobre un signo distintivo registrado, en donde especifica que el titular no puede prohibir el uso a terceros solamente por publicidad de sus establecimientos propios.

Artículo 158. DECISION 486 DE 2000 - El registro de una marca no dará el derecho de impedir a un tercero realizar actos de comercio respecto de un producto protegido por dicho registro, después de que ese producto se hubiese

introducido en el comercio en cualquier país por el titular del registro o por otra persona con consentimiento del titular o económicamente vinculada a él, en particular cuando los productos y los envases o embalajes que estuviesen en contacto directo con ellos no hubiesen sufrido ninguna modificación, alteración o deterioro.

A los efectos del párrafo precedente, se entenderá que dos personas están económicamente vinculadas cuando una pueda ejercer directa o indirectamente sobre la otra una influencia decisiva con respecto a la explotación de los derechos sobre la marca, o cuando un tercero puede ejercer tal influencia sobre ambas personas.

Establece la posibilidad de comercio de productos que contengan determinado signo distintivo, en donde se realizan actos de comercio entre productos sin alterar la efectiva utilización del signo distintivo.

Es entonces, necesario exponer que no es posible utilizar una denominación de origen para productos semejantes o iguales o que en dado caso pueda existir alguna causal de confusión o asociación con la misma; en donde se emplee un signo similar a la denominación de origen cuando ello pueda causar un daño económico o comercial o publicitario de la denominación (LIZARAZU, 2014, pág. 167). Es determinante que estas pueden ser desarrolladas de igual manera que las marcas y podría referir esto directamente a la aplicación similar e interpretación análoga con la de una marca.

A partir de normas internacionales y de la carta política, el Estado Colombiano se ve obligado a generar una protección legal flagrante sobre todo lo determinante a la propiedad industrial, es por esto que surgen codificaciones en la órbita penal, que

determina como punible una actividad delictiva y de esta forma permitir las garantías sobre el creador y el blindaje jurídico; el Código Penal colombiano establece:

ARTÍCULO 306. USURPACIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD

INDUSTRIAL Y DERECHOS DE OBTENTORES DE VARIEDADES

VEGETALES. CODIGO PENAL COLOMBIANO *El que, fraudulentamente, utilice nombre comercial, enseña, marca, patente de invención, modelo de utilidad, diseño industrial, o usurpe derechos de obtentor de variedad vegetal, protegidos legalmente o similarmente confundibles con uno protegido legalmente, incurrirá en prisión de cuatro (4) a ocho (8) años y multa de veintiséis punto sesenta y seis (26.66) a mil quinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes. En las mismas penas incurrirá quien financie, suministre, distribuya, ponga en venta, comercialice, transporte o adquiera con fines comerciales o de intermediación, bienes o materia vegetal, producidos, cultivados o distribuidos en las circunstancias previstas en el inciso anterior.*

La legislación penal colombiana, es enfática en definir la conducta punible como un delito que afecta el orden económico social, bien es cierto que el Estado Colombiano, es el principal sujeto pasivo presente en la actuación delictiva, frente a las Denominaciones de Origen, el Estado perdería credibilidad y no podría generar garantía de producción frente a la sociedad mundial.

Es entonces objetivo Estatal la protección a los productos agroalimentarios que son producidos en territorio colombiano, bien es cierto que el pertenecer a la CAN, hace que el país asuma una figura garantista obligatoria, el suscribir acuerdos o tratados de libre comercio. No es secreto que Colombia de nueva data, ha suscrito varios tratados de libre

comercio con los demás Estados, en donde el más importante ha sido el suscrito con los Estados Unidos, quien en los últimos veinte años se ha convertido en un gran productor de normas de propiedad intelectual que tienden a difundirse a nivel mundial (DIAZ, 2008, pág. 71).

En el tratado de libre comercio entre Colombia y los Estados Unidos, se fija un capítulo en el cual, los Estados inmersos en el acuerdo, realizan un compromiso por la protección de la propiedad intelectual, en donde se referencia la necesidad de incentivar el ingenio humano, la creación intelectual, la generación de conocimiento, el avance científico y el avance cultural; se basó entonces en la protección a la propiedad intelectual, respecto al tema farmacéutico, debido a que se pensó que el avance científico, brindaría un activo intangible estratégico. La importancia económica y estratégica de la propiedad intelectual y en ella de la industrial, permiten referir al amplio valor, las empresas son conscientes del carácter determinante de las patentes, las marcas y *know-how*, como garantía de competitividad y activo intangible existente (FERNANDEZ-LERGA, 1999, pág. 123)

5 Capítulo 4

La Economía y las Denominaciones de Origen

Como se ha mencionado desde la introducción de este trabajo, las denominaciones de origen son parte de los bienes inmateriales protegidos por la ley y que a los empresarios les agrega valor a sus productos materiales. Por otra parte, el posicionamiento que se logra hacer en los mercados internacionales facilita el reconocimiento de país para nuevos productos, nuevos empresarios y nuevos mercados, así como ha sucedido con las denominaciones de origen protegidas en otros países para posicionar productos de toda naturaleza.

Estos bienes entonces forman parte de los paquetes económicos de las empresas y son susceptibles de lograr riqueza para sus titulares, siempre y cuando se obtengan y exploten de manera sostenida. De hecho, para la producción de bienes, las denominaciones de origen permiten igualmente que los productos se categoricen y eleven su nivel y calidad. En el intercambio internacional de mercancías, las denominaciones van asociadas a los productos y son igualmente protegidas desde las regulaciones de la Organización Mundial del Comercio, con cuya conformación se suscribieron los acuerdos de propiedad intelectual para el comercio ADPIC.

Despojado el Estado de sus amplias facultades de regulación del mercado que tuvo en la primera mitad del siglo XX y además impuesto a garantizar la libre competencia, luego de más de dos décadas de que Colombia estableciera el modelo de desarrollo económico neoliberal, independiente al modelo económico que sea desarrollado en un estado, es necesario verificar la necesidad de la implementación de situaciones que a lo

largo de la evolución del mundo, definen un activo necesario para la creación de un nuevo mundo y definir un crecimiento económico, en donde las nuevas tecnologías y la propiedad intelectual definen un motor de desarrollo basado en el crecimiento de la economía de un Estado y definir un bienestar social (HAYEK, 1990).

La manera en la cual se genera una protección a las nuevas tecnologías es mediante la Propiedad Intelectual y los Derechos de Autor. La efectiva manera en que debe ser regulada, hace referencia a la activa transferencia de tecnología y el privilegio que deben tener los propietarios, inverso al beneficio social. (ROSANSKI, 2003) Encontrar el punto de equilibrio entre los derechos del innovador o creador y el bien común es el centro del debate ante “La transformación de la propiedad intelectual” (URIBE Arbelaez, 2009).

En la era de la sociedad de la información y el conocimiento, los bienes intangibles se han convertido en generadores de riqueza para los países y todos sus sectores productivos; la generación de conocimiento asociada que se logra en los departamentos de Investigación y Desarrollo de las empresas, conllevan también protecciones adicionales en el campo de las marcas, denominaciones de origen, indicaciones geográficas y otros. Hoy por hoy las patentes de genes, bebidas, alimentos, medicamentos, transgénicos, mayor tiempo de vigencia de los derechos de exclusividad, protección extrema, precaria o nula transferencia de tecnología, etc., confirman que la normatividad no es neutral y que en el caso concreto de la Propiedad Industrial conlleva la adopción de un determinado modelo de desarrollo. (URIBE Arbelaez, 2009). Esto significa que las economías se mueven en el siglo XXI alrededor de los bienes intangibles, que dan valor agregado a los productos materiales, y las legislaciones de cada país se armonizan día a día para lograr una amplia y estandarizada protección en donde se muevan las mercancías.

Las denominaciones de origen, como derechos de propiedad industrial, no se encuentran al margen de estos movimientos económicos, en donde manda el mercado con la apertura de los mismos y la integración económica entre estados.

La legislación de propiedad intelectual e industrial ha pasado por la protección de esos derechos de forma limitada en el ámbito territorial de cada estado, que concede los privilegios, a una protección que se basa en la cooperación entre Estados, buscando una armonización de la protección de la propiedad intelectual en el mundo. Bien lo señala Lorenzini: *“en la actualidad existe una tendencia a considerar que la protección de los derechos de propiedad industrial en un país determinado constituye un elemento fundamental para impulsar los intercambios de bienes y servicios y para propiciar las inversiones extranjeras”* (LORENZINI BARRIA, 2000).

El objetivo que se plantea al momento de proteger la propiedad industrial y dentro de esta a las denominaciones de origen, es la creación de un eventual estatus favorable, para captar inversiones procurando que los creadores gocen de protección jurídica frente a los competidores en otros países, determinando las denominaciones de origen como una eventual protección al mercado y economía interna, del que se favorece no solo la empresa privada sino el Estado en sí.

Evaluando cada factor que hace parte del desarrollo económico de Colombia, en donde el índice poblacional; la primera situación que debe ser evaluada para establecer una estrategia de desarrollo, enmarcada en la protección jurídica a aquellos productos internos, que no son comercializados, ni producidos en otras geografías, hacen relevante sentar la teoría de establecer protección sobre aquellos productos que se convierten en un activo estratégico de un País, los cuales como resultado de su efectivo blindaje jurídico, atienden a

establecer mecanismos en los cuales un País puede desarrollarse industrialmente y generar en sus ciudadanos resultados positivos, lo cual llevaría a que surgiera nueva calidad de vida, generación de empleo, de industria y que los productores establezcan una sociedad de compromiso industrial con el Estado.

El desarrollo económico de un país, coincide con el valor de la extensión del mismo, además de diversos factores que suponen el crecimiento poblacional y de esta manera la estructuración de una economía sostenible y verificable; los Estados están obligados a realizar cambios en las estrategias de comercialización, exportación y de importación, en donde se realicen exhaustivas verificaciones de las necesidades de la comunidad.

El derecho de la propiedad intelectual, a lo largo de los años se ha convertido en un activo estratégico de forma intangible; en trabajos expuestos por la Organización Mundial de Comercio (OMC), la Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Unión Europea (UE) se ha establecido la importancia económica de la Propiedad Industrial.

Las empresas y las administraciones son conscientes de las características importantes de las marcas y el *know-how* como una garantía de competitividad y garantía de producción y comercio, es por esto que establecen mecanismos en conjunto con las autoridades públicas en donde utilizan estrategias de protección legal sobre sus marcas, definiendo así la importancia que se le debe otorgar a un producto, el cual no puede ser falsificado o copiado por un tercero sin la plena autorización legal de su creación.

La Comisión Europea, en un documento publicado a finales del siglo XX, que se titula “Las perspectivas de empleo en la sociedad de la información”, en donde se estimaba

que la UE está bien situada para ser una fuerza, en pro de la transición hacia una economía mundial basada en el conocimiento, en particular, en si los Estados son capaces de ejercer sinergias entre el saber, la creatividad y la variedad de productos (FERNANDEZ-LERGA, 1999).

La CEPAL (comisión económica para américa latina y el caribe), ha desarrollado estudios respecto a problemas económicos en Latinoamérica, ha trazado programas de desenvolvimiento agrícola, esto puede ser considerado como una de las bases principales de discusión para determinar cuáles son los pasos que debe seguir un programa de desarrollo económico agrario, en donde se establece que las principales medidas son el lograr el aumento de la productividad en plazos breves, mejoramiento de procedimientos de cultivo y el empleo de herramientas más apropiadas, expansión de la superficie cultivable y para el tema la principal “Participación de la Agricultura en el mercado de exportación” (GARCIA, 1954)

Otro eje que cita la CEPAL (comisión económica para américa latina y el caribe), hace referencia a la posibilidad de aumentar la producción de determinados artículos que disminuyan las importaciones y aumenten la producción interna, el consumo interno y el comercio exterior; En países en los cuales el desarrollo económico aun no es un protagonista en sus políticas o en su historia, en donde parte de las circunstancias a que refieren el bajo índice de desarrollo, hace referencia a los escasos factores de producción agrícola de los mismos, y en otros la circunstancia hace referencia al bajo capital obtenido lo cual implica el insuficiente número de producción de los mismos (GARCIA, 1954); es decir que mientras en otros países, no hay zonas geográficas de cultivo, en otras si las hay,

pero escasea el capital de producción, Colombia tiene todas las características para el desarrollo de la producción interna y aumentar la economía nacional.

Se habla de economía y de industria del conocimiento, referente a los bienes intangibles que deben ser protegidos jurídicamente y en el cual aparecen las denominaciones de origen como activos estratégicos de los estados. La relación entre la propiedad intelectual, el desarrollo tecnológico y el desarrollo económico, no es de nueva data, basados en los procesos tecnológicos que a lo largo del tiempo se han desarrollado en el mundo, los Estados son principales gestores de las nuevas creaciones y esferas de crecimiento económico de los mismos.

Es necesario generar una alianza entre la industria y la agricultura. el Estado Colombiano estaría frente a un futuro promisorio basado en su propia agricultura e industria, generando columnas de desarrollo económico y laboral; la creación de una economía fructífera. Se estandariza al Estado colombiano en un país en vía de desarrollo; el éxito en la tarea es elevar el nivel general de vida, el mejoramiento de la productividad agrícola, la protección a los productos que solamente sean desarrollados en territorio colombiano y apalancar la exportación de los mismos, pensando en un nivel macro de desarrollo y generando bases de empleo.

Conclusiones

De acuerdo con los objetivos planteados anteriormente y revisados los resultados encontrados a lo largo de esta investigación, se concluye:

- A lo largo de la historia que da vida a la propiedad industrial, desde siglos pasados se ha abarcado, la necesidad de la protección a la Propiedad Industrial, en donde se encuentran las denominaciones de origen; desde Inglaterra, Francia y América, se ha establecido un régimen jurídico que a razón del tiempo ha tenido una formación, lo cual hoy día se conoce como el régimen legal de la Propiedad Industrial. Casos como el de Pietro Di Ravenna y su obra “Fenix”, la Biblia de *Gutenberg* y los mismos sacerdotes egipcios, implementan el interés naciente de la protección a las creaciones humanas.
- La necesidad de proteger las creaciones humanas y revivir el ingenio humano, han sido un cimiento para la creación de estatutos que dieron vida legal a la Propiedad Intelectual e Industrial. El *Statute of Anne*, que origino el régimen legal de la Propiedad Intelectual y el *Statute of Monopolys*, que enmarca los fundamentos legales que dan origen al marco legal existente de la Propiedad Industrial.
- El amplio desarrollo desde los inicios de la historia de la Propiedad Industrial, se reflejan en tratados que en la actualidad se utilizan para ratificar la existencia de una línea legal; tratados internacionales como el Convenio de Paris, el Convenio de Berna, la Convención Interamericana de Protección Marcaria y la Decisión 486 de 2000 de la CAN, han dado lugar al desarrollo de legislación interna referente a la protección jurídica a productos que ostentan la denominación de origen.

- En la actualidad Colombia adopta la Decisión 486 de 2000, en la cual se establecen aquellas reglas que deben seguir los estados adoptantes, en referencia al Derecho Marcario y desde luego las denominaciones de origen; desde su definición, registro y vida útil.
- La legislación colombiana en diferentes ramas se definen situaciones de protección jurídica; en Derecho Penal en los delitos conexos a la usurpación de derechos de Propiedad Industrial y el en Derecho Privado al intercambio de derechos de Propiedad Industrial, sea esto mediante cesión, registro marcario, contratos de uso, contratos de licencia y demás.
- Es amplio el desarrollo jurídico permite concluir que, en la actualidad, existe una legislación internación y nacional, respecto a la Propiedad Industrial y las denominaciones de origen; lo cual trae como resultado establecer que los caminos de protección legal, son amplios y no deben ser descuidados, si en realidad lo que se quiere es obtener ventajas por efectiva ejecución.
- Han sido descritos diferentes casos de productos con denominación de origen, entre los cuales se encuentran aquellos reconocidos, como lo son el Tequila en México, el Pisco en Perú, o las diferentes líneas de quesos y jamones producidas en Europa, que sin necesidad de establecer una definición, solamente el conocimiento del nombre del producto, sitúa al lector en un tema reconocido, pues son estos productos de características especiales, los cuales hacen que se realice una interpretación especial respecto a los productos comunes.
- El reconocimiento en la comunidad internacional, permiten establecer la principal ventaja de estos, que es el reconocimiento frente a los demás Estados, el ciudadano

promedio, sabe que el tequila es mexicano y esto lo impulsa a conocer el País, invertir en él y hasta vivir en él, sobre esto recae la primera ventaja, referente a la inversión extranjera con base en el turismo.

- Europa es conocida por su variedad de productos de comercialización, el jamón serrano, la amplia variedad de quesos, el whisky escoces y demás; posicionan un continente en un destino obligado en el mundo; la amplia cadena industrial en Europa que recae sobre los productos que ostentan la denominación de origen, reflejan el desarrollo del antiguo continente y que pese a las circunstancias económicas que en algún momento tuvieron, no se reflejan índices de desempleo o subdesarrollo, a contrario sensu, poseen una amplia capacidad de desarrollo y establecen una calidad de vida para los ciudadanos.
- Las nuevas generaciones, deben encargarse de mantener las tradiciones vivas, pues estas tradiciones permiten que los Estados continúen con una línea de producción de tradición, impidiendo de esta manera la llegada de nuevos productos queriendo imitar la cultura y la calidad; siendo una ventaja mantener la historia y no permitir que se quiebre con la llegada de la nueva era, es necesario permitir la inclusión de nuevos productos, pero mantener la protección a aquellos que por su historia y características, generan un nombre y una economía a un País.
- Es necesario que en Colombia y los demás estados, se implemente la industria en productos protegidos con denominación de origen, de esta manera se genera empleo en un campo propio colombiano, permitir la inversión extranjera con base en la protección jurídica sobre dichos productos.

- Productos que solamente se dan en Colombia, como lo son “el Queso Paipa, el Café Colombiano, las achiras del Huila, el Sombreo Vuetiao, la tejeduría Wayu, la Mopa o Barniz de Pasto” deben ser protegidos a cabalidad y no esperar que se llegue a la falsificación, quebrando el equilibrio entre la Ley y el Productor de estos. El Estado Colombiano, debe ejercer una clara protección legal y desarrollar políticas que permitan la inclusión de productores pequeños y de esta manera amplían las exportaciones de los mismos, generan mayores ingresos a los productores y desarrollan una imagen más favorable de Colombia frente a la comunidad internacional.
- Es notable que en la actualidad Colombia no ha logrado establecer una protección legal rígida frente a la falsificación o imitación de productos con denominación de origen, es por esto necesario que antes de industrializar el sector y generar una macroeconomía de productos autóctonos, sea establecido un régimen de protección legal. Sea esto el camino a la implementación de normas reglamentarias que establezcan y generen el resultado esperado.
- La economía de un Estado no solamente debe basarse en el intercambio de productos extranjeros, necesariamente debe basarse en la explotación interna de sus productos y de esta manera, venderle al mundo la idea de un País próspero y con una biodiversidad que sea envidiada en el resto de la esfera mundial.

Referencias Bibliográficas

- ALVAREZ ENRIQUEZ, C. P. (2001). *Derecho del Vino. Denominaciones de Origen*. Santiago de Chile: Editorial Juridica de Chile.
- ARANA, M. (2005). Las indicaciones geograficas y las investigaciones sobre denominaciones de origen. *Anuario Andino de Derechos Intelectuales*, 187 - 217.
- ARANA, M. (2011). LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN: UNA METODOLOGIA PARA SU RECONOCIMIENTO. *Revista de la competencia y de la propiedad intelectual*, 189 - 212.
- ATTALI, J. (1989). *Historia de la Propiedad*. Barcelona: Planeta.
- BERTONE, L. E., & CABANELLAS DE LA CUEVA, G. (2008). *Marcas, designaciones y nombres comerciales*. Buenos Aires: Heliasta.
- CABANELLAS DE LAS CUEVAS, G. (2004). *Derechos de patentes de invencion II*. Buenos Aires: Heliasta.
- Camara de Comercio Colombo Americana. (2010). *LECCIONES DE DERECHO MARCARIO*. Bogota : Universidad del Rosario.
- CARRILLO Toral, P. (1996). *El Derecho Intelectual en Mexico*. Mexico D.F.: Plaza y Valdes.
- CHARROUX, R. (1982). *Cien mil años de historia desconocida*. Barcelona: Plaza y Janes.
- CORNEJO Aguiera, P. (2004). Las Denominaciones de Origen y el Fundamento de su Proteccion. *REVISTA DERECHO Y HUMANIDADES*, 291 - 305.

- CORNEJO Guerrero, C. (2004). LA PROTECCION JURIDICA DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN PERUANAS. *Docentia et Investigatio*, 140 - 151.
- CORTES Marin, J. M. (2015). Denominaciones de origen y derecho de la competencia. *REVISTA DE ESTUDIOS REGIONALES*, 149 - 173.
- DE LA FUENTE, H. (1999). *El uso de la marca y sus efectos juridicos*. Madrid: Marcial Pons S.A.
- DELGADO, A. (1993). Fundamentos y evolucion del Derecho de Autor. *Seminario sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos para Jueces Mexicanos*, (pág. 21). Ciudad de Mexico.
- DIAZ, A. (2008). *America Latina y el Caribe: La proiedad intelectual despues de los tratados de libre comercio*. Santiago de Chile: Publicacion de las Naciones Unidas.
- ERRAZURIZ TORTORI, C. (2010). INDICACIONES GEOGRAFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN Propiedad Intelectual en progreso. *Revista Chilena de Derecho*, 207 - 239.
- ESPEJEL, J., FANDOS, C., & FLAVIAN, C. (2007). La importancia de las Denominaciones de Origen Protegidas como indicaciones de calidad para el comportamiento del consumidor, El caso del aceite de oliva el Bajo Aragon. *ECONOMIA AGRARIA Y RECURSOS NATURALES*, 3 - 19.
- FERNANDEZ Carballo, J. M., RANZ, F., & SIGUENZA Tortosa , D. (2008). *La OMPI y la Propiedad Industrial*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- FERNANDEZ Novoa, C. (1970). *La proteccion internacional a las denominaciones de origen*. Madrid: TECNOS.

- FERNANDEZ Novoa, C., OTERO Lastres, J. M., & BOTANA, A. M. (2013). *MANUAL DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL*. Madrid: Marcial pons.
- FERNANDEZ-LERGA, C. (1999). La propiedad intelectual: Un activo estrategico. *POLITICA EXTERIOR*, 121 - 132.
- GARCIA, A. (1954). LA AGRICULTURA Y EL DESARROLLO ECONOMICO EN COLOMBIA. *FONDO DE CULTURA ECONOMICA*, 276 - 304.
- GAUTHIER, H. (1974). DESARROLLO ECONOMICO Y ESPACION POLARIZADO EN LATINOAMERICA: ¿EN BUSCA DE UNA TEORIA GEOGRAFICA? *TEMAS SOBRE EL DESARROLLO LATINOAMERICANO*, 19 - 27.
- GRANADOS, J. I. (2012). Las denominaciones de origen en la industria agricola: una herramienta de distincion y competitividad. *Manual de Propiedad Intelectual para la Corporación Universitaria Lasallista*, 95 - 105.
- GRANADOS, L., & ALVAREZ, C. (2007). CARACTERIZACION DE EXPLOTACIONES DE VACUNO LECHERO PARA LA IMPLANTACION DE UN SISTEMA DE DENOMINACIONES DE ORIGEN. EL CASO DEL QUESO TURRIABLBA DE COSTA RICA . *INTERCIENCIA*, 85 - 92.
- HAYEK, F. (1990). *La fatal arrogancia*. Union Editorial.
- HOSELITZ, B. (1962). DESARROLLO ECONOMICO. *ides*, 49 - 65.
- INDUSTRIAL, I. N. (2016). *SELLO DE ORGIEN*. Obtenido de SELLO DE ORIGEN: <http://www.sellodeorigen.cl>
- JIMENEZ Valderrama, F. (2000). PROTECCION JURIDICA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y LA TECNOLOGIA DE LA EMPRESA. *INGENIERIA Y COMPETITIVIDAD*, 37 - 48.

- JIMENEZ, A. I. (2002). LA PERCEPCION DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN MANCHA Y VALDEPEÑAS DE ESPAÑA. *Revista Agroalimentaria*, 51 - 68.
- LEZA, L. F. (1997). SITUACION ACTUAL DE LA REGULACION DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN. *Distribucion y consumo*, 45 - 56.
- LIZARAZU, R. (2014). *Manual de propiedad industrial*. Bogota : LEGIS.
- LOPEZ Cegarra, J. (2003). Maras: La Distintividad Adquirida en el Derecho Comunitario Andino. *REVISTRA PROPIEDAD INTELECTUAL*, 54 - 71.
- LORENZINI BARRIA, J. (2000). *El Regimen de Propiedad Industrial en la O.M.C.* Santiago de Chile: Editorial Juridica Conosur.
- MARTINEZ Rincones, J. (2005). LA OBSERVANCIA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL. *CENIPEC*, 45 - 70.
- Martinez, R., & RIOFRIO Martinez-villalba, J. C. (2014). TEORIA DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS. *La Propiedad Inmaterial*, 191 - 219.
- MELO, J. O. (1979). La evolucion economica de Colombia, 1830 - 1900. *Manual de Historia de Colombia*, 1 - 64.
- OMPI. (18 de Mayo de 2016). <http://www.wipo.int/>. Obtenido de http://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/summary_paris.html
- PAZ Cafferata, J., & POMAREDA, C. (2009). INDICACIONES GEOGRAFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN EN CENTRO AMERICA: SITUACION Y PERSPECTIVAS. *ICTSD*, 2 - 29.
- PEREZ Bustamante, G. (1997). DENOMINACIONES DE ORIGEN Y MARCAS DE GARANTIA: UNA APLICACION AL CASO ASTURIANO. *Revista asturiana de economia*, 187 - 203.

- PEREZ Villareal, J. S. (2012). LA ARTESANIA EN EL DERECHO. *VNIVERSITAS*, 287 - 318.
- PEREZ, E., & FARAH, M. A. (2002). Los modelos de desarrollo y las funciones del medio rural en Colombia. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 11 - 25.
- PINTO Tarragona, G. (2005). Publico y privado en el modelo organizativo de la denominacion de origen calificada "Rioja" problematica juridica. *Anuario de la Rioja*, 106 - 146.
- RAMON Fernandez, F. (2015). LA IGENIERIA Y LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN EL AMBITO UNIVERSITARIO: MARCO LEGAL Y ALGUNAS DUDAS HABITUALES. *La Propiedad Inmaterial*, 39 - 56.
- RANGEL Medina, D. (2008). DERECHO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. *Facultad de Derecho UNAM*, 877 - 911.
- RENGIFO Garcia, E. (1996). *Propiedad Intelectual, el moderno derecho de autor*. Bogota: Universidad Externado de Colombia.
- RENGIFO Garcia, E. (1997). El Moderno Derecho de Autor. *Propiedad Intelectual*.
- RODRIGUEZ Garcia, G. (2010). ¿EL FIN DE LA HISTORIA PARA LA PROPIEDAD INTELECTUAL? *THEMIS 55 REVISTA DE DERECHO*, 297 - 307.
- RODRIGUEZ Gomez, G. (2004). El derecho a ostentar la denominacion de origen: las disputas por la hegemonia en el mercado agroalimentario mundial. *DESACATOS*, 171 - 196.
- ROSANSKI, F. (2003). EL VALOR DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LOS PAISES DE DESARROLLO. *INTERCIENCIA*, 105 - 110.

- SABADA Rodriguez, I. (2008). *Propiedad intelectual ¿Bienes publicos o mercancías privadas?* Barcelona: Novedad editorial.
- SCHMITZ Vaccaro, C. (2009). PROPIEDAD INTELECTUAL, DOMINIO PUBLICO Y EQUILIBRIO DE INTERESES. *Revista chilena de Derecho*, 343 - 367.
- SIC. (2016). <http://www.sic.gov.co>. Obtenido de <http://www.sic.gov.co>:
<http://www.sic.gov.co/drupal/>
- TAMAYO Muñoz, G. (2009). LA DENOMINACION DE ORIGEN Y SU RELACION CON OTROS SIGNOS DISTINTIVOS. *PROPIEDAD INMATERIAL*, 93 - 110.
- TORRADO, S. (1963). DESARROLLO ECONOMICO. *ides*, 489 - 492.
- URIBE Arbelaez, M. (2009). La propiedad industrial dentro del marco de los modelos de desarrollo. *Derecho y Política en la era de la sostenibilidad*, 189 - 207.
- XALABARDER, R. (2002). Problemas de responsabilidad. *Delincuencia Informatica*, 12 - 22.