



**UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO**  
**FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO**



**“RECONOCIMIENTO DE LOS TEXTILES DE CHINCHERO COMO  
DENOMINACIÓN DE ORIGEN EN EL MARCO DE LA DECISIÓN 486 DE LA  
COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES”**

**Presentado por:**

Bach. Daniela Lucía López Barreda.

Bach. Mahili Cicely Niño de Guzmán Ríos.

**Título a optar:** Abogada

**Asesor:**

Dr. Marco Antonio Marroquín Muñiz.

**CUSCO - PERÚ**

**2021**



## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestra casa de estudios, Universidad Andina del Cusco, por impartir los conocimientos y oportunidades de aprendizaje.

A nuestro asesor de tesis, por el aliento, apoyo y tiempo brindado para la realización del presente trabajo de investigación.

Al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, institución en la que realizamos prácticas profesionales, y nos brindó oportunidades de desarrollo, aprendizaje y experiencia laboral.



## DEDICATORIA

*A mi mamá. Por ser la persona más amorosa y leal que conozco.*

*Gracias por enseñarme a hacer todo de corazón.*

*A mi papá. Por su paciencia y confianza incondicional.*

*Gracias por el tiempo de calidad lleno de música y risas.*

*A mi hermano. Por ser mi amigo y confidente.*

*A mi Tatita. Por ser mi gran motivo.*

*A mis amigos. Por hacer de la Universidad una etapa inolvidable.*

*A Fre. Por su ternura, amor y compañía.*

***Daniela Lucia López Barreda***

*A ti, mamá, por tu amor, tus risas y darme tu apoyo incondicional.*

*Eres mi ejemplo a seguir.*

*A ti, papá, por ser mi mejor amigo, mi guía espiritual. Por tu amor infinito y tu apoyo a pesar de la distancia. Eres mi ser de luz.*

*A mis hermanos, porque la vida no sería vida sin vuestra complicidad.*

*A mis diosas, porque la universidad no habría sido igual sin ustedes.*

*A nosotros.*

***Mahili Cicely Niño de Guzmán Ríos***



## PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado: En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Andina del Cusco, presentamos ante ustedes nuestra tesis titulada “Reconocimiento de los Textiles de Chinchero como Denominación de Origen en el marco de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones”, la misma que sometemos a vuestra consideración y evaluación, esperando que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Abogada.

Atentamente,

Las autoras.



## ÍNDICE

AGRADECIMIENTO .....	ii
DEDICATORIA.....	iii
PRESENTACIÓN .....	iv
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	7
<b>1.1. Planteamiento del problema</b> .....	7
<b>1.2. Formulación del problema.</b> .....	13
1.2.1. Pregunta general. ....	13
1.2.2. Preguntas específicas.....	13
<b>1.3. Justificación.</b> .....	13
1.3.1. Conveniencia.....	13
1.3.2. Relevancia social y económica.....	14
1.3.3. Implicancias prácticas.....	14
1.3.4. Valor teórico.....	15
1.3.5. Utilidad metodológica. ....	15
<b>1.4. Objetivos de investigación.</b> .....	16
1.4.1. Objetivo general. ....	16
1.4.2. Objetivos específicos.....	16
<b>1.5. Delimitación del Estudio.</b> .....	16
1.5.1. Delimitación espacial.....	16
1.5.2. Delimitación temporal.....	16
<b>1.6. Viabilidad.</b> .....	17
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....	17
<b>2.1. Antecedentes de la investigación.</b> .....	17
2.1.1. Antecedentes Internacionales. ....	17
2.1.2. Antecedentes Nacionales.....	18
2.1.3. Antecedentes locales.....	19
2.1.4. Antecedentes de artículos. ....	21
<b>2.2. Bases teóricas.</b> .....	23
2.2.1. Propiedad Intelectual. ....	23
2.2.1.1. Historia de la Propiedad Intelectual. ....	23
2.2.1.2. Antecedentes legislativos. ....	26
2.2.1.3. Propiedad intelectual y su contenido.....	38
2.2.1.4. Propiedad industrial. ....	41
2.2.1.4.1. Elementos de la propiedad industrial.....	42
2.2.1.5. Protección Sui Generis.....	54
2.2.1.6. Marco normativo de los Derechos de Propiedad Intelectual en el Perú.....	56
2.2.2. Las denominaciones de origen.....	66



2.2.2.1.	Semejanzas y diferencias con otros signos distintivos.....	69
2.2.2.2.	Las Denominaciones de Origen en el Perú. ....	74
2.2.3.	Denominaciones de origen en el derecho internacional.....	114
2.2.3.1.	Antecedentes. ....	114
2.2.3.2.	La Denominación de Origen en el Comercio Internacional y su protección. 115	
2.2.3.3.	Denominaciones de origen internacionales y sus procedimientos de obtención. 121	
2.2.4.	Los Textiles de Chinchero como potencial Denominación de Origen. ....	134
2.2.4.1.	Chinchero.....	134
2.2.4.2.	Textiles de Chinchero ....	138
2.2.4.3.	Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (ONG).....	146
2.3.	Marco conceptual:.....	149
2.4.	Hipótesis de trabajo: .....	151
2.5.	Categorías de estudio .....	151
CAPITULO III: MÉTODO .....		152
3.1.	Diseño Metodológico.....	152
3.2.	Diseño Contextual.....	153
3.2.1.	Escenario espacio temporal.....	153
3.2.2.	Unidades de estudio .....	153
3.2.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	153
CAPITULO IV: RESULTADO Y ANÁLISIS DE LOS HALLAZGOS.....		154
4.1.	Resultado del estudio. ....	154
4.2.	Análisis de los hallazgos.....	165
4.3.	Discusión y contrastación teórica de los hallazgos.....	177
D. CONCLUSIONES .....		180
E. RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS. ....		183
F. BIBLIOGRAFÍA .....		184
ANEXOS.....		194



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Cuadro diferencial entre la denominación de origen y los otros signos distintivos...73	
<b>Tabla 2</b> Categorías de estudio ..... 151	151
<b>Tabla 3</b> Entrevistados..... 154	154
<b>Tabla 4</b> Categorización y resultados de las entrevistas sobre el rol de entidades para gestionar el reconocimiento de la denominación de origen. .... 155	155
<b>Tabla 5</b> Categorización y resultados de las entrevistas sobre el trabajo conjunto de las entidades públicas y/o privadas para solicitar la denominación de origen. .... 157	157
<b>Tabla 6</b> Categorización y resultados de las entrevistas sobre Propiedad Intelectual. .... 158	158



## INDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1</b> Clasificación de los signos distintivos .....	54
<b>Ilustración 2</b> Contenido del expediente para solicitar la declaración de denominación de origen de la cerámica de Chulucanas .....	163





## RESUMEN

La presente investigación titulada «Reconocimiento de los Textiles de Chinchero como Denominación de Origen en el marco de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones» se ha desarrollado con el objetivo de describir las razones por las cuales los Textiles de Chinchero deberían ser reconocidos con este signo distintivo; asimismo, el de poder determinar el rol de entidades para diseñar el procedimiento de obtención de denominación de origen.

Para poder llevar a cabo tal objetivo, la metodología de investigación fue de tipo descriptiva y explicativa. La técnica de recolección de datos ha sido la entrevista, mediante el uso de diferentes cuestionarios que fueron codificados en categorías. Asimismo, hicimos el análisis del expediente del reconocimiento de la Cerámica de Chulucanas como Denominación de Origen, en el cual pudimos observar el contenido del mismo y las etapas de dicho procedimiento ante el Indecopi.

Finalmente se determinó que la principal característica de los Textiles de Chinchero va entorno al factor humano, pues deriva de un conocimiento ancestral. Esta característica juega un rol importante para considerar a los Textiles de Chinchero como una potencial denominación de origen.

Además, se diseñó el procedimiento para llevar el objetivo a cabo, involucrando a diferentes entidades de naturaleza pública y privada.

**Palabras claves:** Propiedad intelectual, denominación de origen, conocimiento ancestral, entidades públicas, entidades privadas, calidad, factor humano, Textiles de Chinchero.



## ABSTRACT

This research entitled "Recognition of the Textiles de Chinchero as an Appellation of Origin within the framework of Decision 486 of the Andean Community Commission" has been developed with the aim to describe the reasons why the Textiles de Chinchero should be recognized under this distinctive framework; furthermore, to determine the role of public and private entities to design the procedure for obtaining an "Appellation of Origin".

In order to carry out this objective, the methodology was descriptive and explanative. The collection data technique used was the interview, through the use of different questionnaires, which were coded into different categories. Besides, we compared the analysis of the file of the recognition of the Cerámica de Chulucanas as an Appellation of Origin, in which we were able to observe the contain in itself and the stages of the procedure.

Finally, it was determined that the main characteristic of the Textiles de Chinchero is related to a human factor, as it derives from ancestral knowledge. This characteristic plays an important role in considering the Textiles de Chinchero as a potential "Appellation of Origin".

In addition, the procedure was designed to carry out the objective, involving different public and private entities.

**Keywords:** Intellectual property, appellation of origin, ancestral knowledge, public entities, private entities, quality, human factors, Textiles de Chinchero.



## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Planteamiento del problema

La propiedad industrial es una modalidad de propiedad intelectual poco conocida, y no es necesariamente porque se trate de una figura o terminología nueva, ya que “los antecedentes más antiguos datan del siglo VII a.C. cuando ciudadanos de la antigua Grecia concedían privilegio de uso durante un año para las recetas de cocina como una propiedad especial” (Ceballos Molano & García Velasco, 2013). Mucho antes de lo que ahora conocemos como “marca”, fueron aquellos signos utilizados en la antigüedad para diferenciar la procedencia de bebidas o esencias; por lo que podemos decir que hace mucho tiempo las personas ya distinguían uno y otro producto por su calidad.

Junto con el avance tecnológico en la era industrial, las marcas desarrollaron un papel más importante debido a que para promover las novedades inventivas, eran empleadas en campañas propagandísticas (Cepeda-Palacio, 2014). Es decir que, en un intento de generar más consumo, las empresas daban a conocer sus productos, creando un signo que los diferencie de la competencia y de esta manera, el consumidor empezaba a preferir un producto sobre otro, ya sea por la tecnología, la utilidad, el costo, etc.

Ya en la pos industrialización “ la producción fue incrementando, “esto generó que existiera similitud en los productos ofertados; fue de esta manera en que los signos representativos empezaron a ser de gran utilidad, ya que ofrecía a los consumidores la facultad de diferenciar los bienes que se fabricaban” (Cepeda-Palacio, 2014), de pronto, se trataba de dar a conocer la excelencia de un producto no solo por la utilidad, sino por la personalidad que podía emanar, y en muchas ocasiones por la “experiencia de compra” que podían ofrecer.

Sin duda, la propiedad intelectual ha estado presente a lo largo de la historia a nivel internacional, sin embargo, no es hasta 1963, que se creó la Organización Mundial de la



Propiedad Intelectual - (OMPI, s.f), que considera que la expresión de propiedad intelectual es el resultado de creaciones de la mente humana y del intelecto que “permiten al creador, o al titular de una patente, marca o derecho de autor, gozar de los beneficios que derivan de su obra o de la inversión realizada en relación con una creación. Esos derechos están consagrados en el Artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que contempla el derecho a beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales resultantes de la autoría de las producciones científicas, literarias o artísticas”. Por otra parte, La Constitución Política del Perú, en su artículo 2, inc. 8, hace referencia a la propiedad intelectual, entendida como un derecho protegido y fomentado por el Estado.

Entendido de esa forma, es preciso mencionar que la propiedad intelectual se divide en tres categorías: propiedad industrial, derechos de autor y protección “sui generis”.

La propiedad industrial se subdivide en:

- Nuevas invenciones: donde se comprenden las patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y circuitos integrados, y;
- Signos distintivos: donde se comprenden las marcas, nombres comerciales, lemas comerciales y las denominaciones de origen.

Por otro lado, el derecho de autor comprende a las figuras literarias, obras artísticas y obras científicas; así como a los derechos conexos. Y, finalmente la protección “sui generis” que abarca a los conocimientos colectivos y variedad vegetales.

En el mundo de la propiedad intelectual e industrial existen diversos tratados internacionales, siendo uno de ellos el Tratado de Lisboa, al cual nos encontramos adscritos desde el 16 de mayo de 2005; éste define a las Denominaciones de Origen en su artículo 2 de la siguiente manera: “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 originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico,



comprendidos los factores naturales y los factores humanos”. Quiere decir, que una denominación de origen se caracteriza especialmente por los factores de *calidad* y *calidad* que hace a esta reconocible frente a otros productos.

Por otro lado, en el Perú se define a la denominación de origen como:

Un signo conformado por el nombre de un lugar geográfico que distingue productos cuyas características se deben a los factores naturales de la zona (clima, horas de sol, precipitaciones pluviales, agua, tipos de suelo, etc.), así como a los factores humanos, tales como: formas tradicionales de elaboración de productos, conocimientos ancestrales y costumbres de los productores de dicho ámbito geográfico. (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, 2019, pág. 5) .

Por lo que podemos llegar a la conclusión de que establecer a las denominaciones de origen como una institución jurídica nace de la necesidad de brindar al consumidor información veraz sobre el producto que está adquiriendo, así como proteger al productor del fraude o imitación a los cuales son susceptibles sus productos, además de darle un valor agregado por el estándar de calidad que garantiza.

Por otra parte, las denominaciones de origen no sólo brindan protección a los consumidores o a los productores, sino que creemos que tienen muchos beneficios en un ámbito económico, cultural, social y turístico. Económico porque es un instrumento de negociación que influye en el precio. Social porque beneficia a las asociaciones y/o productores. Cultural porque evitaría una pérdida de identidad cultural. Turístico porque pueden incidir en la exportación del producto; así como la competitividad, pues la denominación de origen representa un valor agregado gracias a la calidad y cualidades relacionadas con el lugar de origen; y la popularidad que ya tiene el producto.



Sin duda, los beneficios de las denominaciones de origen son realmente extensos; a pesar de ello, en el Perú solo existen 10 denominaciones de origen (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, 2019), siendo esta cifra insignificante considerando que el Perú es un país multicultural, con una gran variedad de materia prima, riquezas naturales, vastas tradiciones y extenso conocimiento ancestral que nos colocaría al mismo nivel de países como Francia, España o Italia, los cuales gozan de una cifra exorbitante de denominaciones de origen reconocidas. Dentro de este orden de ideas, creemos que los escasos reconocimientos de denominaciones de origen en Perú se deberían a la escasa promoción de esta figura jurídica.

Para lograr una cooperación económica - social entre países andinos, surge la necesidad de crear una Organización internacional. Mediante el Tratado de Cartagena en el año 1969, nace “La Comunidad Andina”, (actualmente conformada por: Perú, Bolivia, Ecuador y Colombia). Dicha comisión está destinada a fortalecer los lazos entre los países miembros para lograr una integración andina mediante la toma de decisiones, entre ellas la Decisión 486 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial, siendo la norma referida a protección de propiedad industrial más importante a la fecha. Esta decisión incluye una regulación más completa de las diferentes instituciones jurídicas, en vista de que la Decisión 344, que la antecede, requería adecuar la normativa andina a los estándares mínimos establecidos en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el comercio. En el Título XII Capítulo I; se abarca conceptos y procedimientos para la protección de denominaciones de origen, sin embargo, creemos que carece de precisión en distintos puntos los cuales explicaremos con mayor detalle al desarrollar la tesis.

En la Provincia de Urubamba, en el distrito de Chinchero, con una población de 12,298 habitantes (Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, 2020) se conserva hasta la fecha su cultura intacta, manteniendo el quechua como su lengua oficial y continuando con la



práctica del trueque. Hasta hace algunos años, la principal actividad económica era la agricultura, sin embargo, desde que empezó la construcción del Aeropuerto Internacional de Chinchero, este distrito ha invertido en turismo, como la construcción de pequeños hoteles, tours de turismo hacia la laguna de Piuray, etc. Empero, encontramos que la actividad más representativa, hasta el momento, es la textilería.

Cuando pasamos por el distrito de Chinchero, es inevitable no ver los centros textiles que adornan sus puertas con pompones coloridos de lana, así como a las mujeres chincherinas, quienes llaman a los turistas para que puedan presenciar el procedimiento del teñido natural que aún conserva técnicas ancestrales, junto con el arte de diseñar y tejer diferentes prendas andinas. Estas mujeres son las protagonistas de conservar este arte de generación en generación y cabe resaltar que tanto la técnica como los colores obtenidos de forma natural, son característicos de Chinchero. En los últimos años, los centros textiles han tenido mucha acogida y, actualmente podemos decir que son lo más representativo de este distrito. Es por esto que el presente proyecto busca visibilizar la potencialidad de los Textiles de Chinchero como una denominación de origen, pues consideramos que reúnen todos los requisitos necesarios, aunque el procedimiento que se debe seguir para dicho reconocimiento varía dependiendo del producto.

Probablemente el paso más difícil en el reconocimiento de una denominación de origen, es el diagnóstico de la denominación de origen en sí, porque la normativa principal, en este caso la Decisión 486, no contempla o no especifica qué instituciones se ven inmersas en la gestión del reconocimiento de una denominación de origen. Si tomamos como ejemplo el procedimiento que siguieron las denominaciones ya reconocidas en el Perú, podemos notar en primer lugar que los productores ya gozan de una organización previa. En este caso en particular, las tejedoras están en camino de organizarse y gozan del apoyo de ONG's, lo cual facilita el



acompañamiento en caso se solicite el reconocimiento de los textiles de Chinchero como una denominación de origen.

Si bien es cierto la responsabilidad de diagnosticar más denominaciones de origen no recaen en un 100% al Estado, éste tiene que co-fomentar su desarrollo y difusión. La promoción, gestión y seguimiento del Estado es vital para el reconocimiento de nuevas denominaciones de origen para que, de esta forma, el peruano productor, artesano o artista haga uso de esta herramienta y, siendo el caso específico de los textiles de Chinchero, se revalorice esta manifestación cultural y se reconozca el trabajo femenino.

Sin duda, hablar de propiedad intelectual no es un tema muy conocido, pero tampoco nuevo, de hecho, “no en todas las Constituciones del Perú, se ha hecho referencias a la protección intelectual de inventores o creadores de otros signos distintivos, ya que la gran mayoría de cartas magnas no se refieren a la propiedad intelectual como tal, sino que utilizan términos poco uniformes” (Kresalja Rosselló, 2010) por lo que podemos decir que pese a que en nuestra Carta Magna existe una larga trayectoria de protección a la creación intelectual, además de innumerables dispositivos legales referentes a la materia de propiedad intelectual a los que el Perú se encuentra adscrito, los legisladores no han sabido crear estrategias para fomentar la difusión de lo que se denomina Propiedad Intelectual en el territorio peruano. En ese orden de ideas, consideramos que el artículo 2, inciso 8, de la Constitución Política, resulta ser muy genérico en el tema de propiedad intelectual, es por esto que nos apoyamos en la Decisión 486 del Régimen de Propiedad Industrial por ser un documento sumamente importante debido a su mejor desarrollo en lo referente a la propiedad intelectual y sobre todo en denominaciones de origen, pues evidencia que es una herramienta jurídica la cual debe ser utilizada por los incontables beneficios que ofrecen, los que no deberían ser accesibles solamente para personas que conozcan de derecho o estén familiarizadas con la Propiedad Industrial, por ello es importante evidenciar la potencialidad de los textiles de Chinchero como denominación de





origen teniendo en cuenta que si cumplen con las características que expone la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones.

## **1.2. Formulación del problema.**

### **1.2.1. Pregunta general.**

¿Cuáles son las razones por las que los textiles de Chinchero deberían ser reconocidos como denominación de origen teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 201 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, Régimen Común sobre Propiedad Industrial?

### **1.2.2. Preguntas específicas.**

- a. ¿Cuál es el rol de las entidades públicas y/o privadas para dirigir el reconocimiento de las denominaciones de origen?
- b. ¿Cómo se puede articular el trabajo conjunto de entidades para solicitar el reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen?
- c. ¿Cuál es el procedimiento para solicitar que los Textiles de Chinchero sean declarados como denominación de origen?
- d. ¿Cuáles serían los beneficios del reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen?

## **1.3. Justificación.**

### **1.3.1. Conveniencia.**

La conveniencia de la presente tesis radica en la creación de un plan basado en la normativa internacional y nacional, exponiendo las ventajas y/o razones por las que los Textiles de Chinchero deberían ser reconocidos como denominación de origen a partir de una debida articulación del trabajo de las entidades públicas y/o privadas, para que, llegado el momento puedan considerar este proyecto como una guía y, de esta manera, se logre una revalorización



del trabajo de las tejedoras chincherinas, en vista de que a diferencia de una marca, las denominaciones de origen gozan de una protección perpetua, por lo que esta manifestación cultural guardaría una continuidad con el paso de los años.

### **1.3.2. Relevancia social y económica.**

El presente proyecto tiene una relevancia social para las artesanas, productoras y pobladores de Chinchero, ya que fueron ellos quienes preservaron técnicas ancestrales para la elaboración de textiles, los cuales resultan ser una potencial denominación de origen.

Por otro lado, dado que las denominaciones de origen proponen una estandarización de precio en los productos, se fijaría un monto mínimo para la venta de estos textiles de Chinchero y esto implica una mejor remuneración para las artesanas gracias a sus estándares de técnica, calidad, historia, tradición y zona geográfica.

### **1.3.3. Implicancias prácticas.**

Las implicancias se ven reflejadas en cinco rubros que son: económico, social, cultural, turístico y laboral.

- **Económico:** Debido a que, con el reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen, las artesanas se verán mejor remunerados por su esfuerzo y dedicación al preservar técnicas ancestrales, entendido éste como un trabajo que conlleva meses para poder ser finalizado. Se trata de un reconocimiento cultural que trae beneficios económicos.
- **Social:** Porque dicho reconocimiento resulta ser un título no solo para Chinchero, sino también para el Perú; y si se trabaja esta denominación, el renombre es internacional.
- **Cultural:** Gracias a la continuidad de estas técnicas de tejido, en las cuales se ven reflejadas la historia, tradición y el conocimiento humano que ha trascendido



generaciones. Se trata de trabajar el sentimiento de orgullo que cada chinchero, cusqueño y peruano tiene para con su propia cultura.

- **Turístico:** Porque una denominación de origen es también un atractivo cuando se es reconocido a nivel nacional e internacional. Cusco, al ser capital histórica de Latinoamérica recibe mucha atención por parte de extranjeros nacionales e internacionales, y sería un motivo más para seguir siendo un destino turístico.
- **Laboral:** Porque la gran mayoría de productores y artesanos son mujeres. Lo que se busca es reconocer su trabajo al expresar una habilidad de forma creativa; de esta manera contribuyen a bajar los niveles de pobreza y evidenciar el rol de la mujer como soporte familiar de ingreso económico no solo para sus propios hogares, sino también como ingreso económico a nivel local.

#### **1.3.4. Valor teórico.**

Esta tesis, lo que pretende no es solo visibilizar la potencialidad de los Textiles de Chinchero como denominación de origen, sino también, que dentro de nuestros objetivos está el de determinar el rol de entidades públicas y privadas, así como establecer una articulación del trabajo entre todas estas en el antes, durante y después del reconocimiento de dicha denominación de origen ya que en el marco normativo no se establece con claridad a quienes corresponden dichas funciones.

#### **1.3.5. Utilidad metodológica.**

Debido a que la presente investigación tiene carácter cualitativo, servirá como antecedente o incluso como avance en caso las instituciones públicas y privadas pertinentes fijen como objetivo solicitar el reconocimiento de los textiles de Chinchero como denominación de origen. De esta manera podrán encontrar una guía de sus propias competencias, y gestionar



efectivamente las denominaciones de origen como estrategia de desarrollo económico, cultural, social, laboral y turístico.

#### **1.4. Objetivos de investigación.**

##### **1.4.1. Objetivo general.**

Argumentar las razones por las que los Textiles de Chinchero deberían ser reconocidos como denominación de origen teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 201 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

##### **1.4.2. Objetivos específicos.**

- a) Determinar cuál es el rol de las entidades públicas y/o privadas para dirigir el reconocimiento de las denominaciones de origen.
- b) Evaluar cómo se puede articular el trabajo conjunto de entidades para solicitar el reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen.
- c) Diseñar el procedimiento para solicitar que los Textiles de Chinchero sean declarados como denominación de origen.
- d) Estimar cuáles serían los beneficios del reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen.

#### **1.5. Delimitación del Estudio.**

##### **1.5.1. Delimitación espacial.**

El presente proyecto se desarrolló entre la provincia de Chinchero y Cusco, dado que en el primero se encuentran los centros textiles y en el segundo se encuentran las oficinas, entidades públicas y privadas a las cuales está dirigida la investigación.

##### **1.5.2. Delimitación temporal.**

El desarrollo de esta propuesta investigativa se llevó a cabo desde el mes de junio del 2020 hasta el mes de octubre del año 2021.



## 1.6. Viabilidad.

La presente investigación planteó un estudio de campo que se vio reestructurado a causa de la actual crisis sanitaria, la cual nos obligó a reformular la vida cotidiana. En este año y medio de pandemia encontramos nuevos recursos para llevarlo a cabo, lo que implicó tener entrevistas y reuniones virtuales en su mayoría, así como el mantener el distanciamiento social y las medidas de protección pertinentes cuando fueron necesarias.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la investigación.

#### 2.1.1. Antecedentes Internacionales.

<b>TÍTULO</b>	: “Denominaciones de Origen y Consejos Reguladores”
<b>AUTOR</b>	: Bachiller Luis Adrián Gutiérrez Fuentes
<b>UNIVERSIDAD</b>	: Universidad de la Rioja
<b>AÑO</b>	: 2017-2018

#### CONCLUSIONES IMPORTANTES:

1. “Con respecto a la promoción, no solo hay que hacer referencia a los sistemas de publicidad y marketing que se puedan desarrollar. Sino también la propia imagen que transmite la denominación de origen al público”. (Gutiérrez Fuentes, 2017 - 2018)
2. “Opino que lo ideal es una situación intermedia, en la que los Consejos Reguladores tengan potestad sancionadora, pero a su vez se sometan a la vigilancia del Estado. Prueba de que dicho objetivo es viable, son los Colegios Profesionales. Quienes ostentan competencia en materia sancionadora y ello no conlleva a que se produzcan situaciones en las que primen más los intereses individuales”. (Gutiérrez Fuentes, 2017 - 2018)

<b>TÍTULO</b>	: “Propuesta metodológica para la incorporación de
---------------	--



variables territoriales en la determinación del valor de marca de las indicaciones geográficas agroalimentarias”.

**AUTOR** : Antonio Luis Villafuerte Martín

**UNIVERSIDAD** : Universidad de Córdoba

**AÑO** : 2015

**CONCLUSIÓN IMPORTANTE:**

1. “Se ha podido cuantificar en un apreciable 12% la contribución conjunta al Valor de Marca de una IG por parte de las variables territoriales, resultando influyentes la reputación de otros productos del territorio y la notoriedad genérica del mismo”. (Villafuerte Martín, 2015)

**2.1.2. Antecedentes Nacionales.**

**TÍTULO** : “Tejido en escena: Configuración de espacios de exhibición, comerciales y femeninos en los centros de tejido de Chinchero, Cusco”.

**AUTOR** : Macarena Moscoso Barrio

**UNIVERSIDAD** : Pontificia Universidad Católica del Perú.

**AÑO** : 2019

**CONCLUSIÓN IMPORTANTE:**

1. “Los centros de tejido tienen intenciones locales de ingresar al mercado turístico, para alinearse a las políticas turísticas nacionales y obtener ingresos monetarios a partir del acervo cultural de Chinchero: el tejido a cintura y los textiles. Para ello, se realizaron transformaciones en sus espacios pues muchos hogares se convirtieron en centros de tejido pasando del ámbito privado al público y comercial convirtiéndose en el contenedor de la labor textil en la localidad”. (Moscoso Barrio, 2019)

**TÍTULO** : “Los derechos de los productores del café de Chanchamayo respecto de las denominaciones de origen en el marco del Mercosur”



**AUTOR** : Katerine Suarez Fuentes

**UNIVERSIDAD** : Universidad César Vallejo

**AÑO** : 2018

**CONCLUSIONES IMPORTANTES:**

1. “Los derechos de los productores del café de Chanchamayo Villa Rica respecto de la Denominación de Origen; se encuentran directamente relacionados con el derecho a la identidad, a la libertad, a la educación, al trabajo, a la protección, entre otros. Por ello, la denominación de origen resulta ser una oportunidad de reconocimiento y protección pues ayuda al aprovechamiento económico de la región fortaleciendo su proyección socioeconómica y políticas estables hacia terceros mercados”. (Suarez Fuentes, 2018)
2. “Las exportaciones de la Denominación de Origen “Café de Chanchamayo-Villa Rica” beneficia a los derechos de los productores, toda vez que las exportaciones son ventas que, por lo general, tienen mejor precio comparado con el mercado local generando un mayor ingreso en las familias”. (Suarez Fuentes, 2018)

**2.1.3. Antecedentes locales.**

**TÍTULO** : “La protección jurídica de las denominaciones de origen como una necesidad estratégica de desarrollo económico en la región del Cusco.”

**AUTOR** : Bachiller Deyra Chuquitapa Cuno

**UNIVERSIDAD** : Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

**AÑO** : 2017

**CONCLUSIONES IMPORTANTES:**

1. Del análisis del Decreto Legislativo N° 1075, así como de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, la denominación de origen no tiene como objeto el reconocimiento de modos de producciones ancestrales o tradicionales de productos por sí mismos, sino



la protección de un producto identificado con el nombre de un lugar determinado, del cual es originario, con cualidades especiales, que se deben esencialmente al medio geográfico y a factores humanos, como la forma de elaboración del producto final. (Chuquitapa Cuno, 2017)

2. De la evaluación de las diferentes denominaciones de origen, se evidencia que no solo una región del País cuenta con productos únicos, por el contrario son varias las regiones donde existen productos con la potencialidad de ser denominaciones de origen, gracias a la mega biodiversidad de nuestro país, como factor natural, así como de las muchas tradiciones arraigadas, que son parte de nuestras culturas vivas, como factor humano y que a la fecha no son explotados como denominaciones de origen, como es el caso de diversos productos de la Región del Cusco. (Chuquitapa Cuno, 2017)
3. La falta de mayor número de denominaciones de origen se debe a varias causas, entre ellas: la falta de investigación sobre el tema y por ende, el desconocimiento de los productores respecto a los beneficios de las denominaciones de origen, el alto costo que tendría el cumplimiento de las formalidades que exige la ley, la falta de participación (desde el momento de su identificación como potencial denominación de origen, la solicitud y el trámite de registro, hasta su puesta en el mercado) de universidades, autoridades regionales, locales, distritales, productores, fabricantes, distribuidores, comerciantes, exportadores, asociaciones o gremios de estos, instituciones públicas, como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, PromPerú, incluso por Organismos No Gubernamentales. (Chuquitapa Cuno, 2017)

**TÍTULO** : “Descripción estética de las representaciones de la naturaleza en el tejido inca”

**AUTOR** : Bachiller Valeria Alexandra Salinas Yábar

**UNIVERSIDAD** : Universidad Nacional Diego Quispe Tito

**AÑO** : 2017





## CONCLUSIONES:

1. “Se interpretó desde la iconografía los íconos, íconos simbólicos y símbolos que guardan relación con la naturaleza, dejando de lado aquellos de significado ajeno a ésta. A través de un enfoque estético fue posible interpretar la composición de los tejidos como obras de arte, analizando los diferentes elementos de la dimensión compositiva. Este estudio permitió concluir en que es posible analizar los tejidos incas como un objeto estético, revalorizando estas piezas al nivel de obra de arte mayor.” (Salinas Yábar, 2017)
2. “Se propuso un acercamiento histórico descriptivo contextual para el análisis estético de tejidos inca, es decir, realizar descripciones que parten de un entendimiento del contexto histórico, debido a la necesidad de entender al artista y su medio para poder comprender la obra de arte. El estudio realizado para plantear este acercamiento mostró la escasa investigación que se ha dado en nuestra localidad al respecto de este tema.” (Salinas Yábar, 2017)

### 2.1.4. Antecedentes de artículos.

**TÍTULO** : “La vulnerabilidad del sector artesanal colombiano en el ámbito nacional e internacional como negocio de conocimiento tradicional. Estudio de caso: la denominación de origen artesanal Guacamayas en el acuerdo comercial entre Colombia, Perú y la Unión Europea”.

**AUTOR** : Abog. Natalia Andrea Manquillo Astaíza

**AÑO** : 2019

**TIPO** : Artículo de “Revista de la Propiedad Inmaterial”

**RESUMEN** :

“Las artesanías pueden considerarse como un símbolo de conservación cultural y, a su vez, como un negocio en el comercio exterior. Este artículo propone entender la artesanía como un negocio de conocimiento tradicional. Para ello, la primera parte del trabajo abordará las



características del sector artesanal colombiano y algunos factores que lo afectan en el ámbito nacional e internacional. La segunda parte se encargará de desarrollar el problema sobre desprotección jurídica de la denominación de origen artesanal Guacamayas en el Acuerdo Comercial entre Colombia, Perú y la Unión Europea, donde se hallará una de las principales razones de la vulnerabilidad del sector artesanal: la desprotección jurídica por parte de la propiedad intelectual. La conclusión de este texto mostrará que solo cuando sean superados los imaginarios sociales errados, suplidas las necesidades de las comunidades artesanales y se fortalezca el derecho a la propiedad intelectual sobre las artesanías, se podrán garantizar la conservación del legado cultural y el crecimiento de un sector de la economía nacional.” (Manquillo Astaíza, 2019)

**TÍTULO** : “En búsqueda de una real protección internacional de los pueblos indígenas y sus derechos de propiedad intelectual: la importancia de defender lo diferente”

**AUTOR** : Elizabeth Salmón Gárate, directora académica del Instituto de Democracia y Derechos Humanos de la Pontificia Universidad Católica del Perú (IDEHPUCP) y Coordinadora de la Maestría en Derechos Humanos de la misma universidad y, Erick Acuña Pereda, adjunto del curso “Derecho Internacional de los Derechos Humanos” de la Maestría en Derechos Humanos de la PUCP.

**TIPO** : Artículo de “Anuario Andino de Derechos Intelectuales”

**AÑO** : 2009

**COMENTARIOS FINALES:**

1. “Los pueblos indígenas deben ser considerados como titulares de derechos fundamentales, cuyas manifestaciones culturales son imputables a éstos como sujetos



colectivos autónomos. Pues, se ha demostrado fehacientemente que éstos han dejado de ser solamente una realidad fáctica.” (Salmón Gárate & Acuña Pereda, 2009)

2. “En tal sentido, uno de los pilares de la diversidad cultural y étnica de los pueblos indígenas y requisito indispensable para su desarrollo es el respeto por sus derechos de propiedad intelectual, y en especial, a ser beneficiados por el uso del conocimiento indígena. Sin embargo, las dificultades que existen para establecer un adecuado sistema de protección son innumerables. Incluso, se ha llegado a considerar que el funcionamiento de los derechos de propiedad intelectual dificulta la preservación y la protección de los conocimientos tradicionales en tanto no es su función resguardarlos y entran en contradicción con las leyes consuetudinarias de los pueblos indígenas.” (Salmón Gárate & Acuña Pereda, 2009)

## **2.2. Bases teóricas.**

### **2.2.1. Propiedad Intelectual.**

#### **2.2.1.1. Historia de la Propiedad Intelectual.**

La propiedad intelectual es una institución que protege la creatividad y el ingenio humano, es sin duda, otro claro ejemplo de que existe una relación causal entre sociedad y derecho. La gran mayoría de textos académicos, coinciden en que los inicios de la propiedad intelectual se remontan a la Antigua Grecia, ya sea desde un afán en poner el nombre del autor a sus esculturas (Cevallos Molano, 2013) o cuando concedían monopolios de un año para recetas de cocina como una propiedad especial (Cevallos Molano, 2013). Por otro lado, se tiene referencia de que los antecedentes de la propiedad intelectual no solo se le concede a la Antigua Grecia, sino también a la época esclavista, ya que “los esclavos eran distinguidos con signos que representaban a sus dueños” (Cepeda-Palacio, 2014), de esta manera se los identificaba como su propiedad en caso quieran escapar.



En efecto, podemos afirmar que la propiedad intelectual ha existido desde hace mucho tiempo, sin embargo, esta no ha gozado de la importancia, reconocimiento, y sobre todo, protección jurídica desde un principio. Podemos retroceder en el tiempo e instalarnos en la época Romana, específicamente en la reproducción de textos, la falta de una imprenta convertía al ser humano en replicador de innumerables textos, pero para esto, y específicamente hablando del autor, este no gozaba de ningún beneficio económico.

De acuerdo al análisis histórico-jurídico, se evidenció que en Grecia y Roma, los autores carecían del derecho patrimonial frente a sus obras. “La razón fundamental es que sus leyes no distinguían, dentro de una obra literaria, entre el *corpus mechanichum* y el *corpus mysticum*” (Miró Linares, 2007), es decir, no se diferenciaba la obra del ingenio que había detrás de esta, por lo que, una vez publicada la obra, el autor perdía cada derecho de la misma. Durante la edad media, tampoco hubo mucho cambio para la propiedad intelectual, puesto que en el cristianismo regía el *voto de pobreza y humildad* que impedía a la comunidad religiosa ser beneficiada con cualquier tipo de reconocimiento por sus obras, por lo que toda producción creativa pertenecía a la misma.

Con la invención de la imprenta, durante el Renacimiento, hubo un gran cambio no solo tecnológico, sino económico y, en consecuencia, social; lo que permitió dar inicio a la propiedad intelectual como tal, esto debido a que se hacía una diferenciación entre el autor y quienes se encargaban de reproducir su creación. La competencia del gremio de la imprenta permitió regular ciertas condiciones para la impresión de cierta obra, como por ejemplo, que la obra no haya sido publicada con anterioridad. Es verdad que esta regulación beneficiaba más a la industria de la imprenta que a los autores, no obstante, ya se hacía una diferencia entre autor, editor y/o imprenta.

Posteriormente, entre los años 1492 y 1517, se empezaron a reconocer derechos a aquellos que traducen las obras, y se hizo el análisis respectivo de por qué otorgar reconocimiento a quien



tradujo la obra a otro idioma y no al autor, por lo que el autor de la obra empieza a recibir una retribución económica, sin embargo dado los problemas políticos y religiosos de la época, se restringió la libre información a la población mediante la Real Cédula del 8 de julio de 1502, de pronto, era la corona quien debía otorgar el permiso respectivo para que determinada obra salga a circulación.

Así pues, el panorama para la regulación de la propiedad intelectual va cambiando favorablemente. “En el año 1640, en Inglaterra, se establece la única institución pública la *Stationer’s Company*, única institución pública encargada de la concesión de los privilegios, exigirá que el impresor tenga el permiso del autor para publicar su obra” (Miró Linares, 2007). De esta manera, fue necesario que exista un respaldo de carácter legal, siendo el Estatuto de la Reina Ana el 7 de abril del 1710 que otorgaba privilegios legales del derecho de copia al autor por un periodo corto, con el fin de fomentar el arte, la creatividad, la literatura y; posteriormente continuar con el negocio y acceso de la obra a terceros. “El estatuto de la Reina Ana fue la primera norma sobre propiedad intelectual de la historia, que da pie a la creación de leyes más complejas y desarrolladas en el ámbito de propiedad intelectual a nivel mundial.” (Miró Linares, 2007)

Sin duda, durante el feudalismo y la época industrial hubo grandes cambios para la humanidad, todo gracias a la capacidad inventiva que tenía el ser humano, como por ejemplo los instrumentos que se utilizaron para la agricultura, el uso de rastrillos para sembrar. El reemplazo de una mordaza para dirigir a los caballos por una collar que le permitía ejercer más fuerza al andar, y por supuesto, el mejoramiento de la rueda para la creación de molinos, poleas, etc. Fue en este proceso histórico que la propiedad intelectual empezó a tomar forma, había una tendencia a separar aquellas producciones artísticas de las invenciones que contribuyen al comercio, o la industria, por lo que actualmente se hace una diferencia entre la propiedad intelectual y la propiedad industrial.



### 2.2.1.2. Antecedentes legislativos.

#### a) Antecedentes legislativos internacionales.

- **Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (CUP) (1883):**

El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, adoptado el 20 de marzo de 1883, fue el primer paso para reconocer la creatividad y garantizar a los creadores que sus obras intelectuales serían protegidas en otros países. En 1873 se prioriza la necesidad de proteger internacionalmente a la propiedad intelectual, “pues resulta que en la Exposición Internacional de Inventiones de Viena, algunos expositores extranjeros se negaron a asistir por el temor a que sus ideas fueran robadas para la explotación comercial en otros países”. (OMPI, s.f.). Este tratado internacional se aplica en la propiedad industrial, incluyendo a las patentes, los dibujos y modelos industriales, las marcas de productos y servicios, los modelos de utilidad, los nombres comerciales e incluso a las indicaciones geográficas, además, evita el desarrollo de la competencia desleal.

Las disposiciones fundamentales del Convenio pueden dividirse en tres categorías principales: trato nacional, derecho de prioridad y normas comunes.

Desde su establecimiento, el Convenio de París tuvo distintas revisiones: en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 2 de junio de 1911, en La Haya el 6 de noviembre de 1925, en Londres el 2 de junio de 1934, en Lisboa el 31 de octubre de 1958, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de septiembre de 1979.

Actualmente se encuentran adscritos 146 países, siendo el Perú uno de ellos desde el 10 de abril de 1995.

- **Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886):**

El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas fue adoptado el 09 de septiembre de 1886 y, tiene como objetivo principal brindar herramientas de control sobre quién, cómo y bajo qué condiciones se da uso a determinada obra de poetas, músicos,



pintores, etc Este Convenio tiene como base tres principios básicos y una serie de mandatos que establecen la protección mínima que debe otorgarse, así como disposiciones para los países que adherirse a dicho convenio.

El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas fue completado en París el 4 de mayo de 1896, revisado en Berlín el 13 de noviembre de 1908, completado en Berna el 20 de marzo de 1914 y revisado en Roma el 2 de junio de 1928, en Bruselas el 26 de junio de 1948, en Estocolmo el 14 de julio de 1967, en París el 24 de julio de 1971 y enmendado el 28 de septiembre de 1979.

- **Arreglo de Madrid para la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas de Productos (AMIP) (1891):**

De acuerdo con lo establecido por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el Arreglo de Madrid surge a raíz de que “el artículo 19 del Convenio de París determina que los países adscritos pueden concertar entre sí normativas de carácter particular para la protección de la propiedad industrial. De ahí que el Arreglo de Madrid, dio lugar al primer servicio internacional de presentación de solicitudes de derechos de Propiedad Intelectual: el Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas.” (OMPI, s.f.)

Lo que establece este arreglo es el plan que utilizará cada país frente a las indicaciones de procedencia falsas o que puedan inducir a engaño a los consumidores. En caso el o los productos manifiesten estas características, serán embargados al ser importados, o en su defecto, serán reemplazados por la prohibición de importación o cualquier otra acción parecida que adopte el país en casos similares.

Sin duda, este documento tiene como objetivo prever que productos con una indicación de procedencia falsa salgan a circulación, obligando a que dichos productos precisen su lugar de origen para evitar confundir al consumidor.



Ahora bien, el artículo 4 del Arreglo de Madrid, para la represión de las indicaciones de procedencia falsas o engañosas, determina que las denominaciones que tengan un carácter genérico, serán determinadas por los Tribunales de cada país, ya que están exentas de las disposiciones del Arreglo, a excepción de los productos vinícolas, sin embargo, no se establece cuáles son los parámetros que utilizan los jueces para determinar si un producto es genérico o no. Hasta este momento, con el Arreglo de Madrid para la Represión de las Indicaciones de Procedencia Falsas o Engañosas, no se ha tenido un avance sustancial en materia de Derecho de Propiedad Intelectual, pues como pudimos observar, el referido Arreglo parece un texto complementario al Convenio de París respecto a las Indicaciones de Procedencia y el procedimiento para evitar la circulación de productos que puedan inducir a error al consumidor.

- **La Convención General Interamericana sobre Protección Marcaria y Comercial conocida también como Convención de Washington (1929):**

La Convención General Interamericana sobre Protección Marcaria y Comercial, fue firmada por el Perú y otros 19 países en el año 1929 en el Estado de Washington, Estados Unidos, con el objetivo de revisar el Convenio de Protección Marcaria y Comercial y la Represión de la Competencia Desleal y de las Falsas Indicaciones de Origen Geográfico.

A partir del capítulo V, se hace referencia a la prohibición de todo aquel producto que no coincida verdaderamente con su indicación de fabricación, manufacturación o recolección. Así mismo, quedan exceptuados los casos en los que, por cuestiones de uso constante, el nombre del artículo coincida con alguna indicación geográfica, salvo que dicho artículo / producto sea de origen industrial y/o agrícola y su calidad dependa de la indicación geográfica, para tal caso se aplicarán las prohibiciones y sanciones contenidas en dicha norma.





- **Creación de las BIRPI (Bureaux Internationaux Reunis pour la Protection de la Propriete Intellectuelle):**

Las BIRPI responde como acrónimo para “Bureaux Internationaux Reunis pour la Protection de la Propriete Intellectuelle” o en español: Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual.

Las BIRPI fue el nombre otorgado inicialmente a la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI). El nombre se refiere a que en el año de 1883 se fundó la “International Bureau”, tutelada bajo el Convenio de París. Este *bureau* (en español, oficina) fue creada con el propósito de proteger la propiedad industrial.

Tres años más tarde, en 1886, otro *bureau* fue creada, esta vez para la protección literaria y el trabajo artístico; y bajo la tutela del Convenio de Berna. Ambas oficinas se encontraban bajo la supervisión de la Confederación Suiza. En el año de 1893 se unieron bajo el comando de un mismo director y un mismo equipo de trabajo, de ahí el nombre "United International Bureaux". Inicialmente esta oficina funcionaba en Berna, sin embargo, en vista a que el idioma que se manejaba era el francés, se tomó la decisión de mover la oficina a Ginebra.

- **Creación de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (1967):**

La creación del Convenio de París y del Convenio de Berna dio lugar a los orígenes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) ya que, estos convenios preveían la instalación de sendas "oficinas internacionales". Ambas oficinas se unieron en 1893 y fueron sustituidas por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en 1970. El Convenio de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), fue firmado el 14 de julio de 1967 en Estocolmo, entró en vigor en 1970 y fue ratificado en 1979.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), es un organismo especializado del Sistema de Naciones Unidas desde 1974 y su sede principal se encuentra en Ginebra, Suiza. Su objetivo es promover un sistema internacional de propiedad intelectual equilibrado y



asequible, que reconozca la creatividad para contribuir en el desarrollo social, cultural y económico de todos los países.

“La OMPI desempeña una amplia variedad de tareas en relación con la protección de los derechos de P.I., a saber: prestar asistencia a gobiernos y organizaciones a fin de fomentar las políticas, estructuras y capacidades necesarias para sacar partido de las posibilidades que ofrece la P.I. al servicio del desarrollo económico, colaborar con los Estados miembros para elaborar normas internacionales de P.I., administrar los tratados y los sistemas mundiales de registro en el ámbito de las marcas, los diseños industriales y las denominaciones de origen, administrar el sistema de presentación de patentes, prestar servicios de solución de controversias y servir de foro de debate con conocimiento de causa y de intercambio de conocimientos especializados.”

(Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, 2007)

El Perú se adhirió a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en 1980, y además, reconoce al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - Indecopi, como la Oficina Nacional de Propiedad Intelectual. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, s.f.)

Tratados administrados por la Oficina Internacional de la Propiedad Intelectual – OMPI:

Protección de la Propiedad Intelectual	Registro	Clasificación
Tratado de Beijing sobre interpretaciones y ejecuciones audiovisuales	Tratado de Budapest	Arreglo de Locarno
Convenio de Berna	Arreglo de La Haya	Arreglo de Niza
Convenio de Bruselas	Arreglo de Lisboa	Arreglo de Estrasburgo
Arreglo de Madrid (Indicaciones de procedencia)	Protocolo de Madrid	Acuerdo de Viena



Tratado de Marrakech para las personas con discapacidad visual.	Tratado de Cooperación en materia de patentes (PCT)	
Tratado de Nairobi	Arreglo de Madrid (Marcas)	
Convenio de París		
Tratado sobre el derecho de patentes (PLT)		
Convenio Fonogramas		
Convención de Roma		
Tratado de Singapur sobre el derecho de marcas.		
Tratado sobre el derecho de Marcas		
Tratado de Washington		
Tratado de la OMPI sobre el Derecho de Autor		
Tratado de la OMPI sobre interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT)		

Fuente: (OMPI, s.f.)

- **Arreglo de Lisboa para el Registro Internacional de las Indicaciones Geográficas (ALDO) (1958):**

El Arreglo de Lisboa se adoptó en 1958 y en 1967 fue revisado en Estocolmo, entrando en vigor el 25 de septiembre de 1966 y está administrado por la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Esta disposición tiene como objetivo proteger a las denominaciones de origen y, en su artículo 2, las reconoce como “aquella denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirve para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva



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

En sí, atiende la necesidad de instalar un sistema internacional que facilite la protección de las “denominaciones de origen”, mediante una base de datos que puede ser consultado por distintos países.

El Arreglo de Lisboa, además de establecer una definición para las denominaciones de origen, menciona a qué se comprometen los países a los cuales se aplica la disposición, haciendo énfasis en que se protegerán las denominaciones de origen de los otros países de la Unión particular, solamente si estas se encuentran reconocidas y protegidas como tales en el país de origen y registradas en la Oficina Internacional de la Propiedad Intelectual. Incluso, las administraciones de los países podrán declarar, en el plazo de un año contado a partir de la recepción de la notificación de registro, que no pueden asegurar la protección de la denominación registrada en su territorio, entre otras disposiciones.

El Perú se adhirió al Arreglo de Lisboa el 15 de febrero del 2005. Los países que se adhieren al Arreglo de Lisboa (1967) pasan a ser miembros de la Asamblea de la Unión de Lisboa. La lista de países parte en el Arreglo de Lisboa muestra que todos los países contratantes, salvo uno, son miembros de la Asamblea de la Unión de Lisboa. La Asamblea de la Unión de Lisboa tiene competencia para modificar el Reglamento. (OMPI, s.f.)

Consideramos necesario y prudente mencionar al Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas que no es más que un acta que moderniza al Arreglo de Lisboa, se aprobó el 20 de mayo de 2015 y entró en vigor el 26 de febrero de 2020. El Acta mejora y actualiza el sistema internacional de registro para la protección de nombres que identifican el origen geográfico de los productos mediante un único procedimiento de registros ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).



“Es el resultado de un trabajo realizado en un plazo de seis años; entre consultas y revisiones realizadas de manera transparente e inclusiva con la participación de las Cancillerías y oficinas de propiedad intelectual de todos los miembros de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, con el objetivo de incluir las indicaciones geográficas e incorporar nuevos miembros.”

(Ministerio de Relaciones Exteriores, 2015)

- **El Tratado sobre el Derecho de Marcas (TLT) (1994):**

La finalidad del tratado es de sintetizar los procedimientos nacionales y regionales del registro de marcas, de tal manera que los solicitantes o terceros interesados no se vean afectados por trámites difíciles y engorrosos a la hora de solicitar un registro. El objetivo es el de crear un sistema estandarizado en todos los países, en este caso, un sistema que consta de tres fases: la solicitud del registro, los cambios posteriores al registro y la renovación. Con respecto a la primera fase, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual detalla lo siguiente:

“La solicitud de registro -, las Partes Contratantes en el TLT pueden exigir, como máximo, las indicaciones siguientes: el petitorio, el nombre y dirección y otras indicaciones relativas al solicitante y al representante; varias indicaciones relativas a la marca, en particular, un número determinado de reproducciones de ella; los productos y servicios para los que se solicita el registro clasificados en la clase pertinente de la Clasificación de Niza (establecida en virtud del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas (1957)) y, cuando corresponda, la declaración de intención de uso de la marca. Asimismo, todas las Partes Contratantes deben permitir que una misma solicitud pueda guardar relación con productos y servicios que pertenezcan a varias clases de la Clasificación de Niza. Como la lista de requisitos permitidos es exhaustiva, la Parte Contratante no podrá exigir, por ejemplo, que el solicitante presente un extracto de un registro de comercio o que indique que desempeña determinada actividad comercial, o que presente pruebas de que la marca ha sido inscrita en el registro de marcas de otro país.” (OMPI, s.f.)



“En cuanto a la segunda fase de este procedimiento aplicable a las marcas en virtud del TLT, se relaciona con la modificación de los nombres o las direcciones y de la titularidad del registro. También en este caso los requisitos formales permitidos figuran en una lista exhaustiva. Es suficiente formular una única petición aun cuando la modificación afecte a más de una solicitud o registro, incluso a centenares de ellos, siempre y cuando la modificación que haya de registrarse deba surtir efectos en todos los registros y solicitudes de que se trate.” (OMPI, s.f.)

Finalmente, la tercera fase que consiste en los cambios posteriores que puedan existir, el Tratado sobre el Derecho de Marcas declara que el plazo que tiene el registro es de 10 años, y su renovación podrá ser extendida por el mismo plazo. Para ambos casos, el interesado deberá contar con un poder único, y los formularios no deberán exigir ningún dato adicional que el formato internacional no lo requiera. De esta manera, el Tratado sobre el Derecho de Marcas uniformiza el trámite de registro de marcas a nivel internacional, otorgando a los interesados más confiabilidad para realizar los trámites pertinentes, ya que estos no van a variar de país en país.

- **El Acuerdo General Sobre Comercio y Aranceles - GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) (1947):**

Con el objeto de crear un orden internacional en materia comercial, en el año 1947, el Perú, junto con otros 90 países deciden firmar el Acuerdo General de Aranceles y Comercio, lo que permitiría un desarrollo económico progresivo ajustado a la realidad de cada país contratante. El acuerdo busca la reducción sustancial de aranceles aduaneros, barreras comerciales y evitar la discriminación en materia de comercio internacional mediante la realización de reuniones de negociación llamadas “rondas”. Durante las primeras rondas desarrolladas en Annecey, Francia (1949), Tourquey, Inglaterra (1950- 1951), Ginebra, Suiza (1956), la Ronda Dillon (1961), y más; se tuvieron reducciones arancelarias significativas, así como adhesiones al acuerdo de un número importante de países. Sin embargo, la Ronda de Uruguay en el año 1986 fue la más



ambiciosa, puesto que se trataron diversos temas como: las medidas en materia de inversiones relacionadas con el comercio, el comercio de servicios, reducción de aranceles, los derechos de propiedad intelectual, las medidas sanitarias y fitosanitarias, etc.

En materia de Propiedad Intelectual, referida a las marcas de origen, se hacen algunas precisiones, como por ejemplo el hecho de que no se dará un trato más favorable a aquel país que desee comercializar determinado producto y no haya firmado el acuerdo. Es decir, no se hará un trato diferenciado, como refiere (Barreiro, s.f.): “es la cláusula más favorecida, pues otorga una ventaja a los países que la suscriben en materia de propiedad intelectual, en virtud de la cual todo provecho que una parte conceda a los nacionales de otro país debe hacerse extensiva inmediatamente y sin condiciones a los nacionales de todas las demás partes, aun cuando tal trato no sea equitativo”. Asimismo, el acuerdo determina que los gobiernos miembros tienen la obligación de legislar en su territorio procedimientos y recursos que garanticen eficazmente el respeto de los derechos de propiedad intelectual, tanto por los titulares extranjeros de los derechos como por sus propios nacionales; y así como el permitir una revisión judicial de las decisiones administrativas finales. Por otro lado, una de las consecuencias de la Ronda de Uruguay fue dar fin al sistema previsional de comercio que estaba rigiendo. En 1995 se estableció la Organización Mundial del Comercio (OMC) que se caracterizó por tener un sistema reforzado en resolución de diferencias comerciales entre países.

- **Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC (1994):**

Si bien es cierto, en 1983 se celebraba el centenario del Convenio de París, lo que significaba que la regulación normativa a nivel internacional respecto de propiedad intelectual no era tan nueva, estas normas no terminaban siendo precisas en un ámbito que es bastante grande como lo es la propiedad intelectual. Con el acuerdo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad



Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) de 1994, se dio un mayor protagonismo a diferentes ramas de la propiedad intelectual, abarcando temas de marcas, patentes, derechos de autor, derechos conexos, prohibiciones, etc. Haciendo hincapié en los derechos del titular, y delimitando el derecho legítimo de terceros con el cumplimiento de una serie de condiciones. Una de sus características es que existe un gran número de países suscritos, con un total de 105 países, incluido el Perú desde el año 2016. Ahora bien, el hecho de que existan varios países adscritos no significa una mejora en los beneficios comerciales, puesto que no todos los países se encuentran en un mismo nivel de desarrollo. Como lo menciona la abogada especialista en Propiedad Intelectual, Esperanza Buitrago:

“El formar parte de la OMC concede a los países miembros igualdad de derechos y oportunidades ante la Organización, pero también obliga a los países en desarrollo a atender sus necesidades de conocimiento e innovación, incluyendo la de tecnología, en el marco de los Acuerdos: con el pago de los derechos de exclusiva y el uso de las excepciones limitadas antes anotadas, así como con la aplicación del mecanismo de solución de diferencias explicado anteriormente en caso de infracción y no en el ámbito de la cooperación al desarrollo. También incluyó disposiciones relativas a la protección de información no divulgada, y control de las prácticas anticompetitivas en las licencias contractuales.” (Buitrago Díaz, 2009)

Actualmente se cuestiona mucho el actuar de cada país frente a la defensa de los derechos de propiedad intelectual, especialmente cuando se trata de derechos de autor, muchos países, incluyendo Perú, ve la digitalización de un libro o la descarga de una canción a la computadora como un delito mínimo, y no aplica las sanciones correspondientes. En definitiva, existen muchas ventajas y desventajas al respecto. Citando nuevamente a Buitrago, quien menciona al menos 3 ventajas del sistema de protección de Propiedad Intelectual con los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC):





“1) dotar de fundamento legal tanto a los derechos morales y económicos de los creadores sobre sus creaciones como a los derechos de los ciudadanos en el acceso a las creaciones, 2) promover, como una acción voluntaria de la política gubernamental, la creatividad, difusión y aplicación de sus efectos y fomentar el comercio justo para que contribuya al desarrollo económico y social. Además de ello se encuentran la justicia y conveniencia de que quien trabaja y se esfuerza en una creación intelectual se beneficie de ello, con la posibilidad de que las industrias basadas en dichas obras pueden crecer y obtener rendimientos económicos, algo que los economistas suelen considerar, al menos en el campo de patentes, como un mal necesario.”  
(Buitrago Díaz, 2009)

Por otro lado, dentro de las desventajas encontramos la diferencia de países en desarrollo y los que no lo son. Particularmente con estos países en desarrollo, existen políticas poco efectivas para la protección de la propiedad intelectual por lo que se debe encontrar un mecanismo más eficaz y ajustado para estos países. A pesar de esto, debemos resaltar que, gracias a las ADPIC, todos los tratados de libre comercio que se celebran, tienen en su contenido un capítulo de Propiedad Intelectual, lo cual beneficia a una mejora progresiva en las políticas públicas de los países contratantes.

#### **b) Antecedentes regionales**

- **Decisión 351 - Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos.**

La presente decisión fue aprobada el 17 de diciembre de 1993 que regula y reconoce la protección del derecho de autor sobre las obras artísticas, científicas y literarias. En la decisión podemos encontrar desde definiciones de conceptos básicos, precisión de los derechos inalienables, imprescriptibles, inembargables e irrenunciables que tiene el autor, aplicación de la decisión en los programas de ordenador y bases de datos e incluso, como lo indica el artículo 18, aclarar que la duración de la protección de los derechos será durante la existencia o vida del autor más cincuenta años después de su muerte.



- **Decisión 486 - Régimen Común de Propiedad Industrial.**

Resultado de previas reuniones de los 5 países miembros (en ese entonces eran 5 países miembros, Venezuela se retiró el 22 de abril de 2011), se aprueba la Decisión 486 el 1 de diciembre del 2000 en reemplazo de la Decisión 344. Ésta es una norma comunitaria que regula a nivel andino la protección de la propiedad intelectual como las invenciones y los signos distintivos. En la decisión se establecieron los trámites y procedimientos correspondientes, regulando el desistimiento, abandono, el contenido que deberían tener las diferentes solicitudes, siempre haciendo hincapié en que éstas se presentarán a la oficina nacional competente, los plazos, etc. Asimismo, el capítulo I del Título XII regula en 20 artículos el procedimiento para solicitar el reconocimiento de Denominaciones de Origen. Sobre el particular, haremos referencia en el Capítulo III en forma más detallada y extensa.

### **2.2.1.3. Propiedad intelectual y su contenido.**

Para empezar a conceptualizar, la Propiedad Intelectual es:

“La propiedad o dominio que recae sobre cosas inmateriales o incorpóreas, tales como las ideas o pensamiento producto del intelecto, imaginación, genialidad o talento de las personas. Se cataloga como una propiedad distinta o especial, dado que no protege ni regula cosas corporales o materiales, como sí lo hace la propiedad ordinaria o común” (Canaval Palacios, 2008).

Como hemos ido diciendo hasta el momento, la propiedad intelectual es una rama del derecho que protege la creatividad y el ingenio humano, regulada en su gran mayoría por legislación internacional, tratados, convenios, y obviamente legislación interna en cada país. La propiedad Intelectual está conformada por tres categorías, los derechos de autor, derechos conexos y la propiedad industrial. Podemos clasificar una creación basándonos en el origen de la misma.



### 2.2.1.3.1. Derechos de Autor

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual define a los derechos de autor de la siguiente manera: “la expresión *derecho de autor* es utilizada para referirse a los derechos que tiene el creador sobre sus obras literarias y artísticas en general. Las obras protegidas pueden ser libros, música, pinturas, esculturas, películas y hasta programas informáticos, bases de datos, anuncios publicitarios, mapas y los dibujos técnicos” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, s.f.). Como podemos observar en el concepto, el derecho de autor es cualquier invención humana que sea creativa y única.

Por otro lado, utilizando un lenguaje más técnico, se puede decir que:

“Los derechos de autor son aquellos que recaen sobre obras artísticas, literarias o científicas producidas por autores o artistas. Son producto de su talento o capacidad inventiva. Estos derechos son morales y patrimoniales. Se enmarca en la propiedad intelectual porque recae sobre las ideas, el talento o la imaginación desarrolladas en obras o creaciones, es decir, aquellas cosas incorpóreas o inmateriales cuya propiedad regula y protege la legislación colombiana” (Canaval Palacios, 2008).

La protección de los derechos de autor, no solo trae como beneficio el reconocimiento, sino también, incentiva a todo aquel que tenga el talento para crear algo y expresarlo, dado que su esfuerzo puede tener frutos mediante las recompensas económicas con el ingreso al mercado comercial, el reconocimiento de forma local, nacional o internacional.

Ahora bien, los derechos de autor tienen dos tipos, los derechos patrimoniales y los derechos morales. Los derechos patrimoniales son aquellos que permiten al creador percibir una recompensa económica por su obra. Los derechos morales, por otro lado, son aquéllos que permiten al creador conservar el lazo entre la obra y el autor.



### 2.2.1.3.1.1. Derechos Conexos.

Según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, los derechos conexos son aquellos que derivan de los derechos de autor, estos incluyen “obras que contengan suficiente creatividad y técnica para ser considerados dentro de los derechos conexos de autor, de esta manera se protege los intereses legales de determinadas personas y entidades jurídicas que contribuyen a la puesta a disposición del público” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2016). Por ejemplo, un cantante puede o no componer su propia música, pero cuando es otra persona quien compone la música y letra, convierte al cantante en un *ejecutante*, en este caso, es el derecho conexo quien lo ampara y no los derechos de autor.

Dentro de los derechos conexos podemos encontrar:

- a) Los intérpretes o quienes ejecutan la obra.
- b) Productores de fonogramas o grabación de sonido, por ejemplo: discográficas.
- c) Compañías que difunden la grabación, por ejemplo, organismos de radiodifusión o streaming.

Cabe resaltar que la duración de protección de los derechos conexos según la Convención de Roma, es de veinte años a partir del final de año en el que:

- a) Se haya realizado la actuación de interpretaciones o ejecuciones que no estén grabadas en un fonograma,
- b) Se haya realizado la grabación, y;
- c) Cuando se haya realizado la emisión.

En el acuerdo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC, la protección de los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes y de los productores de fonogramas es durante 50 años contados a partir de la fecha en que se haya realizado la grabación o que haya tenido lugar la posición en escena; y los derechos del gremio de radiodifusión es de 20 años luego de que se haya llevado a cabo la emisión de la obra.



#### 2.2.1.4. Propiedad industrial.

La propiedad industrial es una rama de la propiedad intelectual, que a diferencia de los derechos de autor que protege las expresiones creativas de las personas, se ocupa de proteger invenciones que tienen o requieren más formalismo. Así pues “las patentes de invención, los diseños industriales, las marcas de fábrica, las marcas de servicio, los esquemas de trazado de circuitos integrados, los nombres y las denominaciones comerciales, las indicaciones geográficas.” (OMPI, 2016)

En el mismo orden de ideas, el artículo 1 del Convenio de París indica que la propiedad industrial “hace referencia, además de la industria y al comercio, al dominio de las industrias agrícolas, y a todos los productos fabricados o naturales.”

Podríamos decir que la propiedad industrial abarca un aspecto mucho más comercial que los derechos de autor, dado que, en su gran mayoría, la propiedad industrial se encuentra más familiarizada con empresas pequeñas o grandes, a diferencia de los derechos de autor, en el que en su gran mayoría es una persona quien adquiere la protección por algún concepto. Su finalidad es dar protección a quien lo solicite, y excluye a terceros para evitar que determinado producto o servicio sea replicado.

- **Naturaleza.**

Se ha discutido bastante al respecto de la naturaleza jurídica de la propiedad industrial, dado que se habla de una *propiedad*, la cual pertenecería a los derechos reales, sin embargo, “los derechos de propiedad industrial son bienes inmateriales sobre los cuales existen derechos incorporales, es decir, aquellos que no pueden ser percibidos por los sentidos.” (Lizarazu Montoya, 2014, pág. 5). El objeto de la propiedad industrial se caracteriza por su inmaterialidad y, como lo expresa Kresalja:

“Esta característica es consecuencia de la artificialidad de la protección jurídica, que explica que así como cosas materiales no pueden ser objeto de posesión por varias personas al mismo



tiempo, una idea es susceptible de apropiación simultánea por cualquier persona. Esta figura de las cosas inmateriales es una creación artificial del derecho. La segunda consecuencia nos obliga a distar entre la propiedad de la materialización de la idea o invento y la aplicación del invento en sí. La tercera consecuencia es que las cosas físicas pueden ser identificadas por signos que resaltan a simple vista, mientras que los derechos intelectuales deben ser identificados de un modo preciso frente a otras concepciones análogas”. (2017, pág. 21)

Podemos decir entonces que, la propiedad intelectual engloba toda creación humana producto del ingenio, y por ende debe ser protegida por el derecho, con un tratamiento especial que a su vez son determinados por las características de dicha creación.

#### **2.2.1.4.1. Elementos de la propiedad industrial.**

##### **a) Invenciones, nuevas tecnologías:**

El Dr. Baldo Kresalja, hace una bonita introducción en su libro *Las creaciones industriales y su protección jurídica*; para explicar de dónde viene ese interés humano de crear cosas, de dar hasta nuestra propia vida por algo en lo que no tenemos certeza de si funcionará o no. Al respecto, nos habla de la necesidad de realizarnos como seres de vida espiritual ya que no podemos considerar nuestra vida como algo puramente material.

El derecho, como es su deber hacerlo, debe avanzar lo más pronto posible al progreso de la sociedad humana, tratando de anteponerse a cualquier conflicto o necesidad que resulte. En este caso, la necesidad de proteger el ingenio humano mediante la propiedad intelectual.

A diferencia de los derechos de autor, en el que se protege la forma en la que se manifiesta una idea, la propiedad industrial tiene como objeto proteger “directamente nuevas ideas y las soluciones que además tengan un carácter útil” (Kresalja Rosselló, 2017, pág. 22).

Ahora bien, creemos que es conveniente definir y diferenciar el *descubrimiento* y la *invención*. “Un descubrimiento es comprobar que algo que ya existía, incluso si acaeció una exhaustiva



investigación. Por el contrario, la invención supone la creación de algo nuevo, algo que no existía con anterioridad.” (Kresalja Rosselló, 2017, pág. 23)

Entonces, *inventar* significa hallar o descubrir algo nuevo o no conocido. Desde un punto de vista objetivo, para proteger una invención tomando en cuenta las disposiciones legales, esta no debe ser conocida por nadie, debe haber un estricto resguardo llamado “*estado de la técnica*”, entendida como el conjunto de métodos que se siguieron para llegar a ese resultado al cual llamaremos invención. De manera que, para proteger invenciones, el derecho industrial nos pone a conocimiento diferentes clasificaciones, como las patentes, modelos de utilidad y diseños industriales. Dependerá de las características de cada una para orientarnos y saber a qué clasificación pertenece.

**b) Las patentes de invención:**

Una patente es un derecho exclusivo concedido a una determinada invención y ofrece protección al titular de la misma, quien goza del derecho exclusivo a impedir que la invención sea explotada o utilizada por terceros. “La protección mediante patente significa que nadie puede usar, reproducir, distribuir comercialmente, o vender sin el consentimiento del titular de la patente”. (Organización Mundial De La Propiedad Intelectual - OMPI, s.f.)

Siguiendo el mismo orden de ideas, la rama del Derecho que se encargará de promover y proteger este tipo de propiedad industrial, es el Derecho de Patentes, al cual se responde respetando 3 requisitos mínimos: el desarrollo, la invención y la innovación (D+I+i). La duración de la protección de una patente suele ser de 20 años comenzando de la presentación de la solicitud.

**c) Modelos de utilidad:**

También sirven para proteger las invenciones, “al igual que las patentes, los modelos de utilidad son títulos de propiedad industrial que protegen invenciones que no tienen mucho valor



creativo, o que no son tan radicales. Por lo general, se aplican a invenciones de menor complejidad técnica”. (Instituto Nacional de Propiedad Industrial - INAPI, s.f.)

Según el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual-INDECOPI, actualmente, son el tipo de protección más utilizado en el país ya que el trámite para solicitar una patente de modelo de utilidad es más rápido, pues requiere casi la mitad de inversión y tiempo que el de una patente de invención.

#### **d) Los diseños industriales:**

La Decisión 486 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial, en su artículo 113, considera que el diseño industrial “se debe al conjunto de líneas o combinación de colores, texturas o de cualquier forma externa bidimensional o tridimensional o material, sin que cambie el destino o finalidad de dicho producto”. Por ejemplo: la forma de una botella de bebida gasificada.

Jurídicamente hablando, los diseños industriales hacen referencia al “derecho que se otorga para proteger las características originales, ornamentales y no funcionales de los productos y que derivan de la actividad de diseñar.” (OMPI, 2016, pág. 11).

Una de las características de los diseños industriales, es que estos se basan en la estética como factor principal, además que es necesario que el diseño industrial pertenezca a la industria, lo cual permite la reproducción a gran escala. Como un ejemplo gráfico de diseño industrial podríamos utilizar la botella de gaseosa de la marca Coca-Cola.

Con respecto a la vigencia de los derechos sobre diseños industriales, la Organización Mundial de la Propiedad intelectual (OMPI) considera un plazo entre 10 y 25 años como máximo, sin embargo, en el Perú se considera el plazo de 10 años no renovables. El plazo tan corto, obedece a que los diseños industriales se encuentran ligados a la moda, la cual es efímera y está relacionada con un éxito pasajero.





**e) Los secretos empresariales:**

Como lo indica el artículo 260 de la Decisión 486 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial el secreto empresarial es “toda información no divulgada y que se pueda usar en alguna actividad productiva, comercial o industrial, y que por sobre todo, sea susceptible de transmitirse a terceros”.

Esta información secreta debe tener un valor comercial y además, ser objeto de medidas razonables para mantenerla secreta por su legítimo poseedor.

Si la información ha sido divulgada por orden judicial o disposición legal, ya no será considerada como secreto empresarial.

“Le legislación peruana no contempla un trámite en particular para el registro de secretos empresariales, ya que si fueran registrados, estarían divulgándose a terceros, y que trascurrido un periodo resultarían de dominio público.” (Chuquitapa Cuno, 2017, pág. 46)

Imaginemos que tenemos una pizzería, muy conocida por su salsa de tomate en la ciudad del Cusco. Esta salsa de tomate resulta ser una receta secreta que ha ido pasando de generación en generación solo a las mujeres de la familia. El éxito del restaurante se basa en el sabor y calidad de la salsa. En caso queramos registrar la receta para obtener un derecho sobre este, se perdería la exclusividad de la receta y por ende dejaría de ser un secreto.

**f) Esquemas de trazado de circuitos integrados:**

Para entender el concepto de los Esquemas de Trazado de Circuitos Integrados es necesario mencionar el artículo 86 de la Decisión 486 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

“Un circuito integrado es un producto, en su forma final o intermedia, con elementos de los cuales al menos uno es activo y alguna o todas las interconexiones, forman parte integrante del todo o de la superficie de una pieza de material, y que esté destinado a realizar una función electrónica;



Un esquema de trazado es la disposición tridimensional, expresada en cualquier forma, de los elementos, siendo al menos uno de éstos activo, e interconexiones de un circuito integrado, así como esa disposición tridimensional preparada para un circuito integrado destinado a ser fabricado.”

Los esquemas de trazado de circuitos integrados son creaciones del intelecto, asimismo, por lo general, son el resultado de grandes inversiones tanto en recursos financieros como en adquisición de conocimientos.

Esta clasificación no se considera como diseño industrial ya que no son factores determinantes del aspecto externo de los circuitos integrados; por otro lado, no suelen ser invenciones patentables porque no es una actividad inventiva, aunque requiere mucho trabajo por parte de un experto.

#### **g) Signos distintivos:**

Un signo distintivo es un mecanismo utilizado para diferenciar un objeto de otro. En el caso de la propiedad intelectual, lo utilizamos para que los consumidores tengan conocimiento del producto o servicio que están adquiriendo, teniendo en cuenta el prestigio y calidad, que estos mismos valoren.

En el Derecho de Propiedad Intelectual, los signos distintivos se clasifican en marcas, marcas colectivas, marcas de certificación, nombres comerciales, lemas comerciales, denominaciones de origen, e indicaciones de procedencia, los cuales iremos detallando conforme el desarrollo del marco teórico.

#### **• Principios de los signos distintivos:**

Los signos distintivos se rigen por 4 principios. De acuerdo a lo mencionado por el profesor Maraví Contreras, estos son:



- **Principio de Inscripción Registral:**

Este principio, dice que la inscripción se convierte en un requisito indispensable del acto celebrado, esto quiere decir que, una vez que un signo distintivo obtenga un registro, este recién es susceptible de protección. De ahí que el Principio de Inscripción Registral se rige por el Sistema Constitutivo, sistema adoptado por el Perú.

Ahora bien, en la práctica se puede observar excepciones a este principio, tal es el caso de aquellas marcas notoriamente conocidas. Estas son aquellas que “gracias a muchos factores como su uso intensivo en el mercado o en la publicidad comercial, alcanzan un nivel de conocimiento entre los consumidores que es superior al de las marcas comunes. Y por ende se les otorga una protección reforzada.” (Maraví Contreras, 2014, pág. 61)

- **Principio de territorialidad:**

Este principio establece que una marca goza de protección solo en el territorio donde se solicitó y obtuvo su registro correspondiente. Al igual que en el Principio de Inscripción Registral, la excepción es para aquellas marcas que gocen de notoriedad.

- **Principio de especialidad:**

Mediante este principio, el titular de una marca puede ejercer su oposición frente a otra marca, siempre y cuando exista una similitud entre la marca que tiene registrada y la que un tercero registrará, que se encuentren bajo la misma categoría o clasificación de Niza, ya que esto puede inducir a error al consumidor.

“La finalidad, la naturaleza, la conexión competitiva, los canales de comercialización y al público al que se dirigen los productos o servicios, son factores que se utilizan para determinar si estos son idénticos o similares a otros productos a su vez. (Maraví Contreras, 2014, pág. 61)

- **Principio de buena fe:**



La buena fe es la acción de una persona que sigue las exigencias morales y éticas dentro de un sistema normativo. En el principio de buena fe, se presume el buen accionar del solicitante, y quien manifieste o alegue lo contrario, deberá probarlo.

- **Principio de prioridad:**

En este caso, el principio de prioridad, quiere decir que “luego de haber inscrito un derecho o gravamen sobre un signo, no podrá inscribirse un acto posterior al mismo” (Calderón Valencia, 2016, pág. 22). La prioridad está ligada con el principio de especialidad, ya que, si una persona intenta registrar una marca similar o idéntica a otra, para el derecho, prevalecerá la que fue inscrita primero.

- **Principio de oponibilidad:**

La oponibilidad es incluso parte del procedimiento de registro de una marca, en el que terceros interesados tienen la posibilidad de manifestar su desacuerdo con el registro de una marca en particular, siempre y cuando, claro está, su oposición o desacuerdo se encuentre debidamente argumentado. Deberá tenerse en cuenta que, “para que surta efecto este principio, se debe tratar de un oponente que actúe de buena fe. De esta manera, aquellos actos no inscritos no serán oponibles frente a los terceros de buena fe, pero sí lo serán frente a aquellos que no gocen la buena fe”. (Calderón Valencia, 2016, pág. 21)

- **Principio de Publicidad formal:**

Como su propio nombre lo dice, se trata de hacer público el registro de marcas, ya que esto otorgará a los interesados la información necesaria sobre el trámite de sus solicitudes, la titularidad de las marcas que beneficia a aquellas personas que buscan registrar una marca y que quizá ya se encuentre registrada previamente por otra persona.



- **Funciones:**

A continuación, expondremos las funciones desarrolladas por el profesor Alfredo Maraví en el artículo *“Introducción al Derecho de los Marcas y otros Signos Distintivos en el Perú”*:

- **Función indicadora del origen empresarial:**

Esta función debe ser utilizada por todas las marcas ya que deben individualizar un servicio o producto frente al resto para que de esta forma el consumidor sepa que el producto o servicio elegido tiene como responsable al titular de la marca. “En tal sentido el consumidor de mantequilla LAIVE confiará que, si en el mercado se ofrecen quesos LAIVE, estos tendrán la misma procedencia que la mantequilla.”. (Olaya Nohra, 1991)

- **Función indicadora de calidad:**

Esta función se refiere a la información proporcionada sobre la calidad del producto o servicio así sea alta o baja; relacionada a la expectativa del consumidor y la satisfacción que el producto o servicio brindará. “Es decir, si consumo un producto o servicio de una empresa y no me veo satisfecho por el producto o servicio, podré deducir que sin importar donde adquiera el producto, tendré el mismo resultado”. (Maraví Contreras, 2014, pág. 60)

- **Función condensadora de eventual Goodwill:**

La presente función se basa en la reputación y prestigio que quiere obtener un determinado producto o servicio para que los consumidores escojan ese producto o servicio antes que los de la competencia. El hecho de que una marca goce de buena reputación y prestigio es una de las razones para otorgar a la misma cierto estatus y renombre. Por ejemplo, la marca Apple es una marca que ocupa productos tecnológicos. El iPhone es un Smartphone de renombre de esta marca. Así, es posible que una persona prefiera otra marca de celular menos conocido y más barato, pero compra el iPhone porque, psicológicamente, cree que le brinda un mayor estatus



o va con su personalidad. Cabe resaltar que esta función se denomina “eventual” ya que no todas las marcas alcanzan una buena reputación y prestigio.

- **Función publicitaria:**

En una sociedad globalizada como es la actual, la publicidad es un elemento fundamental a la hora de fomentar la adquisición por parte de los consumidores y, al mismo tiempo, sirve para informar a los mismos sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado. En ese orden de ideas, el consumidor estará en la facultad de escoger una determinada marca habiendo recibido anteriormente la información necesaria para realizar la elección más adecuada, según su opinión.

- **Características de los signos distintivos:**

Al igual que en el caso de las invenciones, se necesitan requisitos indispensables para considerar a una marca como tal. En ese sentido, se tiene lo siguiente:

- **Sobre la distintividad:**

Para poder distinguir una marca se tiene que lograr la individualización del producto o servicio.

Para (Maraví Contreras, 2014, pág. 59):

“Existen dos tipos de distintividad, la abstracta y la concreta. La primera consiste en un signo que cumple, en teoría, con identificar algún producto o servicio, pero puede que en muchas ocasiones no sea suficiente para lograr su objetivo ya que puede ser muy simple o muy difícil de recordar. La segunda consiste en analizar si un signo específico cumple con identificar un producto o servicio específico. Por ejemplo, la palabra “Pera” no sirve para identificar peras, pero no hay problema en utilizar “Pera” para identificar engrapadoras.”

- **Representación gráfica:**

Una marca puede estar constituida por un nombre común o propio, o incluso por una figura.

En ambos casos, se puede representar gráficamente mediante la escritura o por dibujos. El



objetivo es que estas puedan ser percibidas por la vista, facilitando de esta manera el reconocimiento y distinción por los consumidores. No obstante, debemos reconocer que las estrategias de marketing han ido evolucionando, y en la actualidad existen otros tipos de marcas, como los olfativas, táctiles y auditivas, sin embargo, será mucho más complejo de representarlos, el derecho peruano no los contempla.

- **Clases de signos distintivos:**

- **Marcas:**

La marca es un signo o una combinación de signos que sirven para diferenciar los productos o servicios de una empresa de las demás, para competir en el mercado de un sector, y darle a ese producto o servicio que distingue atributos concretos, características originales, para que haya mayor consumo.

“Para que el consumidor elija un producto o servicio por encima de otros, la marca debe comunicar un beneficio, para que el consumidor reconozca características específicas con seguridad”. (Arana Courrejolles, 2017, pág. 53)

La marca le sirve al titular para identificar su producto o servicio y diferenciarse de la competencia, y al consumidor, para elegir el producto o servicio que tiene las características que satisfacen sus necesidades y cumplen sus expectativas.

- **Marcas colectivas.**

La decisión 486, Régimen Común de la Propiedad Industrial, artículo 180 estipula que la marca colectiva es todo signo que sirva para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o servicios pertenecientes a empresas diferentes y que lo utilicen bajo el control de un titular.

“Las marcas colectivas registradas generalmente son mixtas, esto quiere decir que contienen dos elementos, pueden ser nombres de lugares o del producto o servicio que distinguen, y además de elementos figurativos o cromáticos” (Arana Courrejolles, 2017, pág. 53). Respecto



de su titularidad, esta no va dirigida a una sola persona, sino que es exclusiva para una comunidad o localidad determinada. Es decir, es una asociación quien tiene la titularidad, y además, es la responsable de controlar el uso de la marca colectiva, así como de integrar a nuevas personas a la asociación.

Sin dudas, la marca colectiva ha otorgado a muchas comunidades y asociaciones, la oportunidad de crecer económicamente, mejorar su capacidad organizacional, expandirse territorialmente y ejercer un control de sus productos o servicios, fijando como principios la calidad y estándar de los mismos.

- **Marca de certificación.**

Es un signo que se utiliza en productos o servicios cuya calidad u otras características han sido certificadas o autorizadas por el titular de la marca. Ahora bien, el titular de una marca de certificación puede ser una empresa o cualquier institución, ya sea pública o privada. Esta, puede dar autorizaciones sobre uso de la marca de certificación a cualquier persona cuyo producto o servicio siempre y cuando cumpla con los requisitos establecidos en el reglamento de uso de la marca de certificación. (Arana Courrejolles, 2017, pág. 56). Cabe resaltar que, si el titular de la marca es a la vez titular de otros productos o servicios relacionados, no podrá utilizar su marca de certificación, ya que el objeto de estas es ejercer un control de calidad establecidas en su reglamento.

- **Nombres comerciales.**

El artículo 190 de la Decisión 486 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial indica que:

“Es un signo que identifica a determinada actividad económica o empresa mercantil. Se puede tener más de un nombre comercial. Dicho nombre puede constituir su denominación social razón social o cualquier otra designaciones inscrita en un registro de personas o sociedades, es decir, ambas denominaciones pueden coexistir”.





Por ejemplo, en el caso de las tiendas “Oechsle”, su nombre comercial es ese, pero su razón social es “tiendas peruanas S.A”, de igual forma “Plaza vea” su nombre comercial, y su razón social es “Supermercados peruanos S.A”.

Por otro lado, el nombre comercial no necesita registro ya que el derecho exclusivo se adquiere por el uso en el comercio, así lo indica el artículo 190 del Convenio de París.

Para solicitar el registro de un nombre comercial, la autoridad competente, es decir, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), exigirá que se presente un documento con el objetivo de probar el primer uso de la marca y especificar la actividad económica que distingue, teniendo en consideración que no se puede registrar un nombre comercial cuando transgreda el orden público o a la moral o; cuando confunda respecto a las características comerciales, sobre el origen empresarial, cuando exista una solicitud o registro de nombre comercial anterior.

- **Lemas comerciales.**

Un lema comercial es un signo distintivo que está conformado por una frase. En su gran mayoría acompaña a la marca y es complementaria. En caso el lema comercial se registre en conjunto con la marca, su vigencia dependerá de esta última.

Para registrar un lema comercial, este ha de responder a criterios mínimos de observancia, los cuales fueron establecidos en la resolución N° 422-1998/TPI-Indecopi, del 25 de abril de 1998:

- “(i) que el lema debe reforzar la distintividad de la marca que publicita,
- (ii) que debe tener la misma aptitud distintiva necesaria para que en la mente de los consumidores se asocie la marca con un concepto que realce su distintividad, y
- (iii) no puede registrarse como lema una frase simple, comúnmente utilizada en la publicidad para promocionar productos o servicios con la marca que publicita, tampoco una frase que sin fantasía alguna alabe los productos”.

- **Denominaciones de origen.**

Sobre el particular, motivo de la presente investigación, haremos referencia más adelante en forma detallada y extensa.

- **Indicaciones de procedencia.**

Debido a que existe gran vinculación entre las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia, este ítem lo ilustraremos en el siguiente capítulo donde detallaremos su concepto y diferencias con la denominación de origen.



*Ilustración 1 Clasificación de signos distintivos*

Fuente: Elaboración propia

### **2.2.1.5. Protección Sui Generis.**

Ésta variante sui generis, si bien no está directa o estrechamente vinculada a los derechos de autor o propiedad industrial, tiene una connotación que impulsa a incluirlas dentro de la protección en la legislación de la propiedad intelectual.

#### **a) Obtentor de Variedad Vegetal.**

Mediante el Certificado de Obtentor, el derecho otorga al obtentor de una nueva variedad vegetal un derecho exclusivo de explotación comercial en un territorio determinado y en un período de tiempo, siempre y cuando esta variedad cumpla con los requisitos establecidos.

El artículo 2 del Decreto Supremo N° 035-2011-PCM define al obtentor como:



- “a) La persona que ha creado o descubierto y puesto a punto una variedad;
- b) La persona que sea el empleador de la persona antes mencionada, o que haya encargado su trabajo;
- c) El derecho habiente de la primera persona o de la segunda persona mencionada, según sea el caso.”

Las autoridades nacionales son el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) y el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA). El primero tiene una función administrativa y el área a cargo es la Dirección de Inventiones y Nuevas Tecnologías (DIN) mientras que el Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) tiene una función técnica a cargo del área de Dirección de Gestión de la Innovación Agraria (DGIA).

**b) Conocimientos colectivos o conocimientos tradicionales.**

“Los conocimientos colectivos son sapiencias acumuladas y transmitidas de generación en generación, que han sido desarrollados por pueblos indígenas y que tratan de propiedades, usos y características de los recursos biológicos.” (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, 2018)

A través del registro de conocimientos colectivos se protegen las tradiciones y conocimientos de los pueblos indígenas como el conocimiento sobre plantas medicinales como la uña de gato o el paico y sus beneficios.

Mediante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), existen 3 tipos de registros: el Registro Nacional Público, el Registro Nacional Confidencial y los Registros Locales. En el Registro Nacional Público se registran los conocimientos que ya son conocidos por personas ajenas a los pueblos ya que estos conocimientos habrían sido publicados en libros, revistas, etc., en el Registro Nacional Confidencial se registran los conocimientos que solo conocen y usan los pueblos indígenas y,



finalmente el Registro Local es un registro que está dirigido por las mismas comunidades y lo organizan según sus propias costumbres.

#### **2.2.1.6. Marco normativo de los Derechos de Propiedad Intelectual en el Perú.**

La Propiedad Intelectual en el Perú tuvo lugar desde el nacimiento de la República, en la primera Constitución de 1823. Empero, la Propiedad Intelectual no era denominada como tal, sino que se hablaba de conceder privilegios temporales por invenciones útiles y poco a poco se incluyeron los términos “*inventor*” en la Constitución de 1826, “*autor y patente*” en la Constitución de 1828.

La Constitución de 1834 ya hablaba de industria y la Constitución de 1839 de propiedad exclusiva de descubrimientos y producciones, pero es en la Constitución de 1860 en la que por primera vez se menciona a la *propiedad intelectual* como tal, conservándose esta redacción en la Constitución de 1867. Décadas después, la Constitución de 1920, además de mencionar la inviolabilidad de la propiedad intelectual, agregó los conceptos *literaria y artística*; por otro lado, indicaba que los descubrimientos útiles eran de propiedad exclusiva de los autores.

Es así que la Constitución de 1933 por primera vez declaró que el Estado garantiza y protege los derechos de los autores e inventores. Mientras que la Constitución de 1979, reconoció que toda persona tiene derecho a la libertad de la creación intelectual, artística y científica.

Ya en un ámbito legislativo, “En 1869 se publicó la «Ley de Privilegios» la primera ley republicana que trataba de patentes de invención. En 1959, se promulgó nuestra primera ley moderna, la Nro 13270, que incorporaba en su articulado lo que se encontraba reconocido en la legislación de los países en vías de desarrollo.” (Kresalja Rosselló, 2017, pág. 44). A consecuencia de nuestra participación en la Comunidad Andina de Naciones, se fueron implementando políticas públicas, así pues la Ley General de Propiedad intelectual, ley N° 26017 de 1992, y el Decreto Legislativo 823 de 1996 «Ley de Propiedad Industrial», que a la



fecha se encuentran derogadas. Sin embargo, el Decreto Legislativo 1075, aprueba disposiciones complementarias a la Decisión 486 y 689 de la Comunidad Andina de Naciones.

#### **2.2.1.6.1. En el Derecho Constitucional.**

Nuestra Carta Magna contempla la Propiedad Intelectual en su artículo 2, inciso 8, versando lo siguiente:

“Toda persona tiene derecho:

8. A la libertad de creación intelectual, artística, técnica y científica, así como a la propiedad sobre dichas creaciones y a su producto.

El Estado propicia el acceso a la cultura y fomenta su desarrollo y difusión. [...]”

Al respecto, podemos decir que la propiedad intelectual es un punto importante para el Perú, pues como lo hemos observado, esta se encuentra estrechamente ligada al desarrollo y difusión de la cultura. El Perú siempre se ha caracterizado por ser un país multicultural, dado que convergen muchas razas, con una herencia milenaria extraordinaria, con un sin fin de conocimientos ancestrales, creencias, tradiciones, recursos étnicos, y más.

La cultura es una forma de ver al mundo, y de interactuar con a él, es la razón por la cual creamos e inventamos. Ahora bien, “la cultura es un derecho que se ejercita de forma colectiva.

Es en la interacción de varios en el que uno puede socializar y adquirir cultura, es aprendiendo de los otros y devolviéndoles, que uno contribuye a una creación colectiva con sus propios y aportes distinguibles. En conclusión la cultura es un fenómeno que ocurre de forma individual, se exterioriza en un grupo y tiene un alto contenido humano.” (Rubio Correa, 1999, pág. 263)

En esta misma línea, el ser humano es un ser altamente social, por lo que permite desarrollar su capacidad inventiva ya sea para seguir relacionándose con otros individuos (como la creación de teléfono, computadoras, internet, aviones, carros, etc.) o para facilitar su



supervivencia en el mundo (refiriéndonos a la creación de calzado, materiales de construcción, medicamentos, etc.)

#### **2.2.1.6.2. En el Derecho Civil.**

Podemos encontrar referencias al Derecho de Propiedad Intelectual en el decreto legislativo N°295, Código Civil, publicado el 25 de julio del 1984 en el Diario El Peruano:

“Artículo 3.- Capacidad jurídica

*Toda persona tiene capacidad jurídica para el goce y ejercicio de sus derechos. La capacidad de ejercicio solo puede ser restringida por ley. Las personas con discapacidad tienen capacidad de ejercicio en igualdad de condiciones en todos los aspectos de la vida.*

Protección de los derechos de autor e inventor: Artículo 18.- *Los derechos del autor o del inventor, cualquiera sea la forma o modo de expresión de su obra, gozan de protección jurídica de conformidad con la ley de la materia.”*

Libro III Capítulo II, Sociedad de gananciales:

“Bienes sociales, artículo 310.- *Son bienes sociales todos los no comprendidos en el artículo 302, incluso los que cualquiera de los cónyuges adquiera por su trabajo, industria o profesión, así como los frutos y productos de todos los bienes propios y de la sociedad y las rentas de los derechos de autor e inventor.”*

El Libro V - Derechos Reales, como bienes muebles,

“Artículo 886.- *Son muebles (...) 6.- Los derechos patrimoniales de autor, de inventor, de patentes, nombres, marcas y otros similares.”*

En el Libro X - Derecho Internacional Privado.



Art. 2093.- *“La existencia y los alcances de los derechos reales relativos a obras intelectuales, artísticas o industriales se rigen por lo dispuesto en los tratados y leyes especiales; y si éstos no fueran aplicables, por la ley del lugar donde dichos derechos se hayan registrado. La ley local establece los requisitos para el reconocimiento y ejercicio de tales derechos.”*

### **2.2.1.6.3. En el Derecho Penal.**

El Decreto Legislativo N° 635, Código Penal, dedica todo un Título a la Propiedad Intelectual: El Título VII - Delitos Contra Los Derechos Intelectuales, divide en dos capítulos estos delitos: el Capítulo I - Delitos contra los Derechos de Autor y Conexos, y en el Capítulo II - Delitos Contra la Propiedad Industrial.

Con respecto a los delitos de propiedad industrial, el Código Penal versa lo siguiente:

*“Artículo 222.- Será reprimido con pena privativa de libertad no menor de dos ni mayor de cinco años, con sesenta a trescientos sesenta y cinco días multa e inhabilitación conforme al Artículo 36 inciso 4) tomando en consideración la gravedad del delito y el valor de los perjuicios ocasionados, quien en violación de las normas y derechos de propiedad industrial, almacene, fabrique, utilice con fines comerciales, oferte, distribuya, venda, importe o exporte, en todo o en parte.”*

*“f. Un producto o servicio que utilice una marca no registrada idéntica o similar a una marca registrada en el país.”*

*“Artículo 223.- Serán reprimidos con pena privativa de la libertad no menor de dos ni mayor de cinco años, con sesenta a trescientos sesenta y cinco días-multa e inhabilitación conforme al Artículo 36 inciso 4) tomando en consideración la gravedad del delito y el valor de los perjuicios ocasionados, quienes en violación de las normas y derechos de propiedad industrial”*

*b. Retiren o utilicen etiquetas, sellos o envases que contengan marcas originales para utilizarlos en productos de distinto origen; y*



c. Envasen y/o comercialicen productos empleando envases identificados con marcas cuya titularidad corresponde a terceros.”

Ahora bien, como medida adicional a estos delitos, el código establece lo siguiente:

"*Artículo 224.- Incautación preventiva y comiso definitivo* En los delitos previstos en este capítulo se procederá a la incautación preventiva de los ejemplares y materiales, de los aparatos o medios utilizados para la comisión del ilícito y, de ser el caso, de los activos y cualquier evidencia documental, relacionados al ilícito penal.”

El proceso penal en los delitos contra la propiedad intelectual son procesos sumarísimos. Este tipo de procedimientos tienen la característica de ser más rápidos que un procedimiento normal u ordinario. Permite hacer diligencias urgentes, se pueden tomar declaraciones, pericias, informes técnicos, y como habíamos mencionado en el párrafo anterior, incautaciones o detenciones preliminares.

A diferencia de la investigación, que sabemos es el Ministerio Público titular de esta acción, los informes técnicos son elaborados por diferentes instituciones dependiendo del rubro en el que se encuentre el delito. Por ejemplo, si se trata de marcas, el encargado será el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Si se trata de falsificación de medicamentos, la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas. Como se aprecia, es un trabajo conjunto de varias instituciones públicas quienes luchan contra los delitos de propiedad intelectual.

#### **2.2.1.6.4. En el Derecho Administrativo.**

A continuación, mencionaremos la normativa referida a Propiedad Industrial:

- Ley N° 27444: Ley del Procedimiento Administrativo General. Publicada el 10 de abril de 2001 y con entrada en vigencia a los seis meses de publicada.





- Decreto Ley N° 25868: Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI. Publicado en fecha 6 de noviembre de 1992 y con entrada en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano". Mediante esta ley, se crea el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual y se le asigna la competencia de otorgar registros de Propiedad Intelectual.
- Resolución Legislativa N° 26375: Aprueba el Convenio de París para la protección de Propiedad industrial. Aprobada en fecha 17 de octubre de 1994.
- Decreto Legislativo N° 807: Ley de Facultades, Normas y Organización del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Publicado en fecha 16 de abril de 1996 y con entrada en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".
- Decreto Legislativo N° 822: Ley sobre el Derecho de Autor, expedida de conformidad con el Artículo 104 de la Constitución Política del Perú, ha delegado en el Poder Ejecutivo la facultad de legislar en materia de Derechos de Autor. Publicado en fecha 24 de abril de 1996 y con entrada en vigencia a los treinta días de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".
- Decreto Legislativo N° 1033: Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Publicado en fecha 24 de junio de 2008 y con entrada en vigencia a los sesenta (60) días de la fecha de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.
- Decreto Legislativo N° 1075: Norma que aprueba Disposiciones Complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial (incluye las modificaciones realizadas por la Fe de Erratas publicada el 28 de junio de 2008 en el diario oficial El Peruano y por la Ley N°



29316 publicada el 29 de enero de 2009). Publicado en fecha 27 de junio de 2008 y con entrada en vigencia a partir de la entrada en vigor del Acuerdo de Promoción Comercial suscrito entre la República del Perú y los Estados Unidos de América.

- Decreto Legislativo N° 1076: Ley Modificatoria del Decreto Legislativo N° 822. Publicada en fecha 27 de junio de 2008 y con entrada en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".
- Decreto Legislativo N° 1092: Aprueba medidas en frontera para la protección de los Derechos de Autor y Derechos Conexos. Publicada en fecha 27 de junio de 2008 y con entrada en vigencia a partir de la entrada en vigor del Acuerdo de Promoción Comercial suscrito entre la República del Perú y los Estados Unidos de América.
- Decreto Supremo N° 003-2009-EF: Reglamento del Decreto Legislativo N° 1092 que aprueba medidas en frontera para la protección de los derechos de autor o derechos conexos y los derechos de marcas. Aprobado en fecha 12 de enero de 2009 y regirá a partir de la entrada en vigencia del Decreto Legislativo N° 1092, con excepción del Título IV del Reglamento que entrará en vigencia conjuntamente con el Título III del Decreto Legislativo N° 1092.
- El Texto Único de Procedimientos Administrativos – T.U.P.A. INDECOPI, aprobado por el Decreto Supremo N° 085-2010-PCM. Aprobado en fecha 18 de agosto de 2010.
- Decreto Supremo N° 053-2017-PCM: Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Registro Nacional de Derecho de Autor y Derechos Conexos, contemplado en el Decreto Legislativo N° 822, Ley sobre el Derecho de Autor. Aprobado en fecha 18 de mayo de 2017.
- Decreto Supremo N° 059-2017-PCM: Reglamento del Decreto Legislativo N° 1075, Decreto Legislativo que aprueba disposiciones complementarias a la Decisión 486 de



la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial y sus modificaciones. Aprobado en fecha 26 de mayo de 2017.

#### **2.2.1.6.5 En el Derecho Tributario.**

La propiedad intelectual, es un instrumento que permite a un país desarrollarse económicamente. En muchos de los casos, se espera un crecimiento en el comercio nacional como internacional. En este último, es importante mantener las relaciones comerciales con otros países para evitar la doble imposición ocasionada cuando dos o más países consideran que tienen derecho a gravar una determinada renta.

Para evitar este problema, existen convenios que regulan la doble imposición y la evasión fiscal. “Esos convenios establecen que los estados firmantes acuerdan que solo uno de ellos cobrará el impuesto y los demás renuncian a gravar ciertas ganancias o también que, se realice una imposición compartida, es decir, que ambos Estados recauden a partes iguales el total de lo que el sujeto debe pagar”. (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.)

A la fecha se cuenta con 8 convenios, entre ellos los países pertenecientes a la Comunidad Andina, Chile, Canadá, Brasil, México, Suiza, República de Corea, y la República de Portugal. En aras de preservar un interés colectivo entre los países firmantes para que haya un trato equitativo con respeto a las regalías, algunas organizaciones internacionales como la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Organización de Naciones Unidas (ONU), vieron por pertinente elaborar modelos de convenio, siendo el más usado el elaborado por la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) en el cual se estipulan los siguientes términos:

1. “Las regalías procedentes de un Estado contratante y cuyo beneficiario efectivo es un residente del otro Estado contratante sólo pueden someterse a imposición en ese otro Estado”. (Arévalo García, 2012)



2. “El término *regalías*, en el sentido de este artículo, se refiere a las cantidades de cualquier clase pagadas por el uso, o la concesión de uso, de derecho de autor sobre obras literarias, artísticas o científicas, incluidas las películas cinematográficas, de patentes, marcas, diseños o modelos, planos, fórmulas o procedimientos secretos, o por informaciones relativas a experiencias industriales, comerciales o científicas”. (Arévalo García, 2012)
3. “Las disposiciones del numeral 1 no son aplicables si el beneficiario efectivo de las regalías, residente de un Estado contratante, realiza allí una actividad empresarial por medio de un establecimiento permanente, y si el bien o el derecho por el que se pagan las regalías está vinculado efectivamente a dicho establecimiento permanente. En tal caso son aplicables las disposiciones del artículo 7<sup>o</sup>”. (Arévalo García, 2012)
4. “Cuando, por las relaciones especiales existentes entre el deudor y el beneficiario efectivo o por las que uno y otro mantengan con terceros, el importe de las regalías, habida cuenta del uso, derecho o información por los que se pagan, exceda del que habrían convenido el deudor y el beneficiario efectivo en ausencia de tales relaciones, las disposiciones de este artículo no se aplicarán más que a este último importe. En tal caso las cuantías en exceso podrán someterse a imposición de acuerdo con la legislación de cada Estado contratante, teniendo en cuenta las demás disposiciones del presente convenio.” (Arévalo García, 2012, pág. 113)

Hemos de tener en cuenta que nuestra legislación, la Ley del Impuesto a la Renta, ley N° 31108, en su artículo 27, considera regalías:

“A toda contraprestación en efectivo o en especie originada por el uso o por el privilegio de usar patentes, marcas, diseños o modelos, planos, procesos o fórmulas secretas y derechos de autor de trabajos literarios, artísticos o científicos, así como toda contraprestación por la cesión en uso de los programas de instrucciones para computadoras (software) y por la información relativa a la experiencia industrial, comercial o científica.”

En definitiva, el derecho industrial y el derecho tributario se ven vinculados gracias a la cesión de uso de marcas, patentes, diseños, etc., que conlleva la generación de regalías, que como explica la Ley del Impuesto a la Renta, van en beneficio de cada país contratante.



#### 2.2.1.6.6. En el Derecho Internacional.

A continuación, mencionaremos las normas internacionales vigentes a las cuales el Perú se encuentra adscrito:

- Declaración Universal de Derechos Humanos, artículo 27. Perú aprobó la Declaración Universal de Derechos Humanos por Resolución Legislativa 13282, del 9 de diciembre 1195.
- Protocolo adicional a la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, artículo 14. Adscritos desde 17 de noviembre de 1988.
- Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales artículo 15 en su apartado 3. Adoptado en el marco de la Organización de Naciones Unidas (ONU) en 1966.
- Convenio de París para la Protección de la Propiedad Intelectual. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) de 1883, Revisado en Bruselas el 14 de diciembre de 1900, en Washington el 02 junio de 1911, en La Haya el 06 de noviembre 1925, en Londres el 02 junio de 1934, en Lisboa el 31 de octubre 1958, en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y enmendado el 28 de setiembre de 1979. El Perú se encuentra adscrito desde el 10 de abril de 1995.
- Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de Denominaciones de Origen y su Registro Internacional. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). El Perú se encuentra adscrito desde el 15 de febrero de 2005, y el texto entró en vigor a partir del 15 de mayo de 2005.
- Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) de 1886. El Perú se encuentra adscrito desde el 20 de agosto de 1988.



- Convención General Interamericana de Protección Marcaria y Comercial. Washington, del 20 febrero de 1929. Firmada por Perú el 19 de febrero de 1929.
- Arreglo relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de las marcas. Arreglo de Niza de 1957. Fue instituida en virtud de un arreglo concluido en ocasión de la Conferencia Diplomática de Niza el 15 de junio de 1957, revisado en Estocolmo en 1967 y en Ginebra en 1977, y modificado en 1979. Cabe resaltar que el Perú no es país contratante del arreglo, sin embargo, utilizamos la clasificación (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, 2012, pág. VIII).
- Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio- ADPIC, por la Organización Mundial de Comercio (OMC). El Perú se encuentra adscrito desde el año 2016.

Concernientes a la Comunidad Andina:

- Decisión 345 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena del 21 de octubre de 1993: Régimen común de protección a los derechos de los Obtentores de variedades vegetales.
- Decisión 391 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena del 02 de julio de 1996: Régimen común sobre acceso a los Recursos Genéticos.
- Decisión 486 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena del 01 de diciembre del 2000: Régimen Común Sobre Propiedad Industrial, que sustituye a la Decisión 344 del 21 de octubre de 1993.

### **2.2.2. Las denominaciones de origen.**

Una denominación de origen es “una indicación geográfica de tipo especial que sirve para proteger y distinguir a determinado producto, teniendo en cuenta características especiales que



derivan exclusivamente del medio geográfico del que provienen o se elaboran, así como factores humanos y naturales”. (COSUDE - Agencia Suiza para el Desarrollo y la cooperación Programa PyMAGROS, 2006, pág. 13). Tiene un origen francés, al respecto se dice que “una denominación de origen fue originalmente una indicación geográfica francesa que se aplicaba a productos considerados distintivos debido a una combinación de métodos tradicionales de fabricación y condiciones naturales muy localizadas.” (Daes, UN. Special Rapporteur on Protection of the Cultur, & UN. Subcommission on Prevention of Discrimination , 1993)

También se dice que, la denominación de origen es “una denominación del área geográfica de la que procede el producto; indica las ventajas de este, explicándolas por las características naturales del área de procedencia, las características tecnológicas específicas o los factores humanos especiales”. (Oehlerich de Zurita, 1999, pág. 62).

Por otro lado, según el artículo 201 de la Decisión 486 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial:

“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.”

O en nuestras otras palabras, como aquella que identifica un producto como originario del país, o de una región o de una localidad del territorio nacional, debiéndose su calidad o características a especiales factores naturales o humanos de dicho lugar geográfico, que incidan en la caracterización del producto.



- **Objeto:**

Partiendo de la definición del artículo 201, hay 2 aspectos esenciales que deben ser comprendidos, la primera es que la denominación de origen es un signo distintivo “denominativo” ya que solo puede ser un tipo particular de signo, es decir, una palabra o conjunto de palabras y, la segunda es que su función primordial es distinguir un producto del mercado; no se pueden distinguir servicios ni actividades, según nuestra legislación vigente.

Dicho esto, podemos entender que el signo distintivo llamado denominación de origen son palabras que indiquen una zona geográfica de un país, una región o un lugar determinado; por ejemplo, el Maíz Blanco Gigante Cusco contiene una palabra que identifica a un lugar geográfico. Asimismo, y utilizando el mismo ejemplo, podemos identificar el producto. “Esta palabra tiene que induzca a la mente de los consumidores imaginar el lugar de origen u elaboración”. (Sánchez Del Solar, 2008, pág. 57)

Por otro lado, y no menos importante, es que el origen del producto debe ser consecuencia de la existencia de condiciones naturales y factores humanos que han influido en su calidad, reputación u otras características especiales.

- **Funciones:**

A continuación, expondremos las funciones de las denominaciones de origen que, según el profesor Emilio Barco Royo, se dieron desde su origen en el siglo XIX.

- “Defensa frente al fraude: que proviene del génesis de la denominación de origen pues se encuentra asociada a la defensa del vino frente al fraude practicado con los *vinos artificiales* y las indicaciones de procedencia falsa”. (Barco Royo, 2007)
- Diferenciación: Esto surge con el incremento de productos de calidad, la diferenciación es adoptada como una táctica empresarial y ello anima la aplicación de la denominación de origen a todo tipo de productos”. (Barco Royo, 2007)





- Desarrollo: El vínculo que se existe entre la denominación de origen y el territorio del que toma el nombre ha hecho que desde la década de los años ochenta del siglo XX esta figura sea utilizada en proyectos de ordenación y desarrollo regional, surgiendo entonces la demanda de su extensión a productos no agroalimentarios”. (Barco Royo, 2007, pág. 32)

### **2.2.2.1. Semejanzas y diferencias con otros signos distintivos.**

#### **2.2.2.1.1. Con la Indicación de Procedencia:**

La semejanza más importante entre la indicación de procedencia y la denominación de origen es la función de designar el territorio o lugar del producto.

Sin embargo, a diferencia de la denominación de origen, la indicación de procedencia solo señala sobre el origen geográfico, y no implica una cualidad o característica especial del producto que se deba a la zona geográfica. “Ejemplos de indicaciones de procedencia las frases *hecho en...o producto de...* La indicación de procedencia también puede estar formada de símbolos o emblemas icónicos asociados con el área de origen geográfico”. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, 2017, pág. 26)

Mientras que, como se explicó líneas arriba, en la denominación de origen, se deben presentar, además, factores humanos y naturales que incidan en la caracterización de un producto.

#### **2.2.2.1.2. Con la Indicación Geográfica:**

La principal semejanza entre ambas figuras jurídicas es que éstas protegen un producto como originario de un país, de una región o de un lugar determinado, cuando la reputación, calidad u otra característica sea imputable a su origen geográfico; es decir, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen tiene una función indicadora del origen geográfico de un producto. No obstante, la diferencia resulta muy sutil ya que en las denominaciones de origen se debe acreditar un estrecho vínculo con los factores naturales y humanos que influyen en la caracterización del producto. “Lo esencial en una denominación de origen es que la calidad y



demás características se deben exclusivamente a su zona geográfica. Esto significa que las materias primas deben proceder del lugar de origen y que el producto debe ser elaborado también allí.” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, 2017, pág. 14). Mientras que en las indicaciones geográficas, basta un único criterio atribuible a su origen geográfico. Usualmente las indicaciones geográficas suelen utilizarse para productos agrícolas ya que estos, por lo general, tienen cualidades que se deben a su lugar de producción, extracción o cultivo; como por ejemplo el limón de Pica natural del oasis de Pica, ubicado en la Región de Tarapacá. Empero, el uso de las indicaciones geográficas también abarca a las artesanías.

#### **2.2.2.1.3. Con la Marca:**

Siendo las marcas y las denominaciones de origen un medio para presentar un producto en el mercado, las diferencias son las siguientes:

- En primer lugar, la marca tiene intereses privados ya que establece el origen empresarial del producto, pero no va unida al mismo. Por otro lado, las denominaciones de origen tienen intereses colectivos y siempre va unida al producto por sus mismas características y cualidades.
- En segundo lugar, la marca se concede por un período de tiempo, 10 años según nuestra legislación, la misma que se puede renovar. En cambio, las denominaciones de origen se conceden por un tiempo indefinido mientras subsistan las condiciones que dieron razón para la declaración de protección.
- En tercer lugar, las denominaciones de origen son bienes de dominio público, no son objeto de apropiación individual, venta o gravamen. Sin embargo, si bien las marcas son registradas a solicitud del interesado, estas pueden ser objeto de ciertas modificaciones, como la información respecto a quien corresponde la titularidad, o la



circunstancia actual de los signos distintivos, para publicitar derechos y generar protección frente a terceros.

- En cuarto lugar, se pueden registrar productos o servicios como marca, a comparación de una denominación de origen que exige siempre registrar productos que se caractericen por determinados factores naturales y humanos procedentes de su origen geográfico.

#### **2.2.2.1.4. Con la Marca Colectiva:**

En este caso la titularidad incurre sobre una congregación legalmente establecida como son las asociaciones de productores y fabricantes, asociaciones de comerciantes y prestadores de servicios, u otro tipo de organización legalmente establecidas. Son estas quienes deberán contar con las facultades para el manejo de la marca, mientras que la titularidad de las denominaciones de origen recae sobre el Estado.

Por otro lado, “la marca colectiva, así como la marca, puede hacer uso de una gran variedad de signos, circunstancia que no es posible para la denominación de origen, donde se restringe únicamente a la indicación de procedencia geográfica, sin la intervención de otro tipo de signos.” (Chuquitapa Cuno, 2017, pág. 87)

#### **2.2.2.1.5. Con la Marca de Certificación:**

Bajo la premisa que, según el artículo 185 de la Decisión 486 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial, y como se mencionó anteriormente, una marca de certificación es aquella que se aplica a productos o servicios cuya calidad u otras características han sido verificadas y finalmente certificadas por el titular de la marca. El artículo 186 indica que el titular puede ser una empresa o institución de naturaleza pública o privada. Al respecto, podemos decir que las diferencias son notorias ya que, se puede registrar como marca de certificación un producto o servicio además de que la titularidad recae sobre una persona jurídica mientras que en las



denominaciones de origen, solamente se pueden registrar productos y la titularidad recae sobre el Estado.

#### **2.2.2.1.6. Con las Denominaciones Genéricas y Específicas:**

Dado que ambas figuras jurídicas no se encuentran reguladas en nuestra legislación, es necesario definir las conforme los artículos 2 y 3 del Real Decreto 1573/1985, de 01 de agosto de España, por el que se regulan las denominaciones genéricas y específicas de productos alimentarios.

“Artículo 2.- Se entiende por Denominación Genérica la calificación aplicable a los productos que tienen caracteres comunes y esenciales debido a su naturaleza, a los sistemas de producción empleados o a los procedimientos de transformación, elaboración y fabricación.

Artículo 3.- Se entiende por Denominación Específica la calificación aplicable a un producto que tiene cualidades diferenciales entre los de su misma naturaleza debidas a la materia prima base de su elaboración, al medio natural o a los métodos de elaboración.”

Dicho esto, la diferencia entre la denominación de origen y genérica es que la primera “debe exclusivamente sus características especiales a los factores naturales y/o humanos del medio geográfico, en cambio las Denominaciones Genéricas hacen referencia a cualidades o propiedades especiales no necesariamente relacionados a los factores naturales y/o humanos del medio geográfico.” (Chuquitapa Cuno, 2017, pág. 88)

Y, la diferencia entre la denominación de origen y específica se basa en que, como se estuvo mencionando a lo largo de presente trabajo, la denominación de origen exige el cumplimiento de que la transformación, elaboración y fabricación se realice en una zona geográfica específica además de contar con factores naturales y humanos, por otro lado, la denominación específica tan solo exige el vínculo con la zona geográfica en al menos una de las etapas de transformación, elaboración y fabricación.



**Tabla 1: Cuadro diferencial entre la denominación de origen y los otros signos distintivos.**

N°	SIGNO DISTINTIVO	DENOMINACIÓN DE ORIGEN
1	<b>Indicación de Procedencia</b>	La indicación de procedencia solamente proporciona información sobre el origen geográfico, pero no implica una cualidad o característica especial del producto, mientras que en la denominación de origen, se deben presentar además, factores humanos y naturales que incidan en la caracterización de un producto.
2	<b>Indicación Geográfica</b>	Mientras que, en las indicaciones geográficas, basta un único criterio atribuible a su origen geográfico, en las denominaciones de origen se debe acreditar un estrecho vínculo con los factores naturales y humanos que influyen en la caracterización del producto.
3	<b>Marca</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La marca tiene intereses privados; las denominaciones de origen tienen intereses colectivos.</li> <li>- La marca se concede por un período de tiempo, 10 años según nuestra legislación; las denominaciones de origen se conceden por un tiempo indefinido.</li> <li>- Las marcas son registradas a solicitud de un interesado; las denominaciones de origen son bienes de dominio público, no son objeto de apropiación individual, venta o gravamen.</li> <li>- Se pueden registrar productos o servicios como marca; la denominación de origen exige solo registrar productos.</li> </ul>
4	<b>Marca Colectiva</b>	En la marca colectiva la titularidad recae sobre una agrupación legalmente establecida, mientras que la titularidad de las denominaciones de origen recae sobre el Estado.
5	<b>Marca de Certificación</b>	Se puede registrar como marca de certificación un producto o servicio además de que la titularidad recae sobre una persona jurídica, mientras que, en las denominaciones de origen, solamente se pueden registrar productos y la titularidad recae sobre el Estado.
6	<b>Denominaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La denominación de origen debe exclusivamente sus</li> </ul>



	<p><b>Genéricas</b> y <b>Específicas</b></p>	<p>características especiales a los factores naturales y/o humanos del medio geográfico, en cambio las denominaciones genéricas hacen referencia a cualidades o propiedades especiales no necesariamente relacionados a los factores naturales y/o humanos del medio geográfico.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Por otro lado, la denominación de origen exige el cumplimiento de que la transformación, elaboración y fabricación se realice en una zona geográfica específica, en cambio la denominación específica tan solo exige el vínculo con la zona geográfica en al menos una de las etapas de transformación, elaboración y fabricación.</li></ul>
--	--	---

Fuente: Elaboración propia.

### **2.2.2.2. Las Denominaciones de Origen en el Perú.**

#### **2.2.2.2.1. Dentro del marco jurídico actual.**

Como lo vimos anteriormente, el marco jurídico de propiedad intelectual se basa en un gran número de tratados, convenios bilaterales o multilaterales, en diferentes niveles normativos. En esta parte, nos enfocaremos en la normativa que regula específicamente las denominaciones de origen, aunque debemos partir siempre de nuestra Constitución. Vimos anteriormente que nuestra Carta Magna del año 1993, establece en el artículo 2, inciso 8, los derechos intelectuales como un derecho fundamental. Ahora bien, las denominaciones de origen aparecen reguladas en el Decreto legislativo N° 1075, Decreto que aprueba Disposiciones Complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial, este Decreto tiene un capítulo dedicado a las denominaciones de origen, desde el artículo 88 al 94 en lo que se hablan del concepto, procedimiento, requisitos, impedimentos. Estos, guardan un carácter más estandarizado, considerando las disposiciones internacionales en la materia que complementan los artículos de la Decisión 486 y la Ley 28331 sobre Consejos Reguladores con 29 artículos.



Las decisiones de la Comunidad Andina, tienen un carácter regional y una condición de obligatoriedad de cumplimiento, pues se establecen derechos y obligaciones entre los países adscritos que son regulados bajo la preeminencia de tratados internacionales. En la decisión 486 encontramos las denominaciones de origen desde el artículo 201 al 220.

Por otro lado, a un nivel internacional, tenemos al arreglo de Lisboa, al cual el Perú se encuentra adscrito desde el 16 de febrero del 2005, este Arreglo es la normativa más importante en materia de denominaciones de origen debido a la perspectiva que se le da. Para la Unión Europea, las denominaciones de origen no solo tienen el objetivo de dar un valor agregado a determinado producto, sino que el objetivo supera el ámbito comercial, convirtiendo a las denominaciones de origen en una herramienta relacionada a temas sociales, históricos, tradicionales, turísticos, etc.

#### **2.2.2.2.2. Producto.**

No es otra cosa que lo que se ofrecerá, y será objeto de reconocimiento. Además, es susceptible de designación por una palabra, la cual está acompañada en la mayoría de veces, por la indicación geográfica. Por ejemplo, el producto es el Maíz Blanco Gigante, y la indicación geográfica “de Cusco”; de igual manera con la denominación de origen “Cerámica de Chulucanas.”

#### **2.2.2.2.3. Características.**

Las características de una denominación de origen se encuentran estipuladas en la Decisión 486 en el Título XII, capítulo I, el artículo 201 menciona lo siguiente:

“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.”

- **Calidad y reputación:**

En relación a la calidad y reputación, encontramos que se encuentran estrechamente vinculadas. Un producto de calidad, gozará de una buena reputación. Es preciso mencionar que estas dos características no siguen un plazo determinado, porque sería complicado señalar cuánto tiempo tiene que pasar para que un producto tenga reputación. La reputación está vinculada a factores externos como el marketing que le puedan dar al producto, e incluso el factor económico.

Una característica en común que se observa en algunas denominaciones de origen, es que son productos elaborados siguiendo una práctica tradicional, o prácticas antiguas, en consecuencia, “En nuestro país existen practicas ancestrales remotas con un carácter antiguo y tradicional que son empleadas en productos y que han sido un rasgo que justifica por sí mismo al reconocimiento de una denominación de origen”. (Sánchez Del Solar, 2008, pág. 60)

- **Vinculación con el medio geográfico:**

Probablemente esta es la característica más significativa de las denominaciones de origen, pues que el producto sea oriundo de la zona geográfica es lo que lo hace especial.

Para determinar si existe esta vinculación con el medio geográfico, el Abogado y ex Jefe la Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual, hace mención a la *visión retrospectiva*, esto quiere decir que “Son objeto de evaluación y análisis por parte del Estado el modo de producción, vigencia y sostenibilidad tanto en el pasado como en el futuro, el producto a distinguir con la denominación de origen para determinar que efectivamente mantendrá a futuro esa misma calidad o características.” (Sánchez Del Solar, 2008, págs. 62, 63)





El objetivo de esta característica y a la vez requisito, es que se evidencie que la existencia del producto depende exclusivamente, o de manera esencial de la zona geográfica para que se descarte la posibilidad de que el producto, con las mismas características sea replicado en otro lugar.

- **Originario:**

Con “*originario*” se entiende “oriundo de” o que el producto “nació en ese lugar”, independientemente de que tan antiguo sea el producto. Sin embargo, no hay mayor información en la normativa vigente, a que esta palabra refiere ser un requisito indispensable como lo sería la calidad, reputación y vínculo con la zona geográfica. Lo que se puede inferir e interpretar es que la palabra “*originario de*”, se refiere a que el producto se *produzca o provenga*, pues gracias a las condiciones de la zona geográfica es que adquiere las características que lo diferencian.

- **Factores humanos.**

El factor humano es el “conocimiento de los individuos que han ido aplicando el *know how* para la elaboración de un determinado producto, en muchos casos generacionalmente”. (Falconi Pérez, 2009, pág. 151). Es importante recalcar que en las denominaciones de origen los factores humanos pueden predominar más que los factores naturales, dependiendo del producto. Como lo dice (Núñez Grijalva & Madrid Villacís, 2017) para los países en vías de desarrollo, este es un aspecto importante, porque tienden a prevalecer los productos artesanales que son elaborados con conocimientos tradicionales. “El concepto de denominación de origen es, entonces, una figura particular de indicación geográfica en el cual existen factores humanos y culturales que juegan un rol fundamental [...] como pueden ser determinadas habilidades y tradiciones de fabricación. Un ejemplo son las artesanías que se realizan a mano, utilizando recursos naturales locales, siguiendo tradiciones del lugar”. (Recabarren, 2014)



- **Titularidad del Estado:**

Tanto los Acuerdos sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC, como la Decisión 486 de la Comunidad Andina, no establecen expresamente que la titularidad de las denominaciones de origen pertenezca al derecho público, pero tampoco existe norma que contradiga esta posibilidad de otorgar la titularidad al Estado. El Decreto Legislativo 823, artículo 218, establece que el titular de las denominaciones de origen es el Estado Peruano. Para esto, el Abogado Miguel Ángel Sánchez, ex Jefe la Oficina de Signos Distintivos refiere lo siguiente:

“la titularidad del Estado sobre las denominaciones de origen en el Perú, es anterior al Decreto Legislativo 823 y se encuentra en el Decreto Ley 26017 de 28 diciembre de 1992, el mismo que en su artículo 144 igualmente otorgaba esa titularidad. Este Decreto Ley indica ser un ajuste nacional a la Decisión 313 del Acuerdo de Cartagena, empero, esta norma andina no regulaba las denominaciones de origen, expresa o directamente. Así, el Decreto Ley 26017 regula las denominaciones de origen y les atribuye su titularidad al Estado en el Perú, sin que ninguna de esas dos cuestiones hubiera estado reguladas en la Decisión 313, ni se hubieran previsto para los demás países andinos, lo cual sugiere que podría tratarse entonces de una política nacional peruana.” (2008)

- **Autorización de uso:**

La ley Marco de Consejos Reguladores, Ley N° 28331, establece en su artículo 12 lo siguiente:

“Los Consejos Reguladores otorgarán la autorización de uso de la denominación de origen que administren, de conformidad con las facultades delegadas por la oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI y a lo establecido a tal efecto en la Ley de la materia.”

A diferencia de otros signos distintivos, las denominaciones de origen requieren para el uso de terceros una solicitud de “Autorización de uso” la cual es solicitada ante la Oficina de Signos



Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, haciendo el pago de una tasa y cumpliendo con otros requisitos. Según el Texto Único de Procedimientos Administrativos del Indecopi, la autorización de uso es un:

“Procedimiento administrativo por el cual un productor, persona natural o persona jurídica, que cumpla con los requisitos de ley, pueda solicitar al uso en sus productos de una determinada denominación de origen”. (Sánchez Del Solar, 2008, pág. 71) Además, “esta autorización está restringida a quienes directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración de los productos distinguidos por la denominación de origen; quienes realicen dicha actividad dentro de la zona geográfica determinada según la declaración de protección; y quienes cumplan con otros requisitos que pudieran disponer las oficinas nacionales competentes, como establece expresamente el artículo 208 de la Decisión 486.” (2008)

Ahora bien, el tiempo otorgado para la autorización de uso es de 10 años, el cual puede ser renovable por períodos iguales y caducará si no se hace la renovación correspondiente.

#### **2.2.2.2.4. Procedimiento para el reconocimiento de una denominación de origen según el Texto Único de Procedimientos Administrativos – T.U.P.A. del INDECOPI, Resolución N° 104-2019-INDECOPI/COD.**

El Texto Único de Procedimientos administrativos- TUPA, del Instituto Nacional de defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, aprobado por Resolución N° 104-2019-INDECOPI/COD, considera los procedimientos para la declaración o reconocimiento de Denominaciones de origen, autorización de uso de Denominación de origen, Denuncia por infracción de derechos, entre otros.

Para la declaración o reconocimiento de denominaciones de origen, se establecen los siguientes requisitos:

“Solicitud consignando o adjuntando, de ser el caso, lo siguiente:



1. Nombre, domicilio, residencia y nacionalidad del o los solicitantes (si son personas naturales, se debe indicar el número del DNI; si son jurídicas, el número del RUC, así como la demostración de su legítimo interés).
2. La denominación de origen objeto de solicitud de declaración.
3. La delimitación y descripción de la zona geográfica de producción, extracción o elaboración del producto que se designará con la denominación de origen.
4. El detalle del producto (o productos) que distinguirá la denominación de origen solicitada.
5. La descripción (informe técnico) de las calidades, reputación u otras características esenciales de los productos designados por la denominación de origen solicitada.”

Además, es requisito el pago de una tasa por concepto de solicitud de Declaración o Reconocimiento de Denominación de Origen por S/. 443.00, este monto se realiza por vía presencial o virtual ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI. Con respecto al plazo, las disposiciones legales, establecen que el tiempo de tramitación tiene una duración 180 días hábiles, conforme a lo establecido en el artículo 24 del Decreto Legislativo N° 1075. En caso la resolución no sea favorable, el solicitante puede presentar un recurso de reconsideración o apelación, 15 días hábiles después de notificada.

Sobre el alcance de la protección de una denominación de origen, esta es nacional. Sin embargo, el Estado Peruano ha suscrito tratados que permiten el reconocimiento internacional de una denominación de origen.

Tanto para la elaboración de un expediente técnico como la conformación de un Consejo Regulator, se cuenta con la participación e intervención de diferentes instituciones públicas y privadas, dependiendo del producto. Por ejemplo:

“En el año 2002 Indecopi presidió la Comisión Nacional de Consejos Reguladores para las denominaciones de Origen y del Consejo Regulator del Pisco que buscaba el uso correcto de



dicha denominación. Esta comisión contó con la participación de diferentes entidades como Prompex, Ministerio de Agricultura; Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales Internacionales; Ministerio de Relaciones Exteriores; Ministerio de Economía y Finanzas; Comisión de Promoción de las Exportaciones-Prompex; Centro de Innovación Tecnológica Vitivinícola-Citevid, Sociedad Nacional de Industrias-Comité Vitivinícola; Cofradía Nacional de Catadores-Conacata y asociaciones de productores de Pisco.” (Rivera Campos & Riveros Serrato, s.f., pág. 6)

Como podemos observar, en el caso del Pisco, las instituciones inmersas son aquellas relacionadas a la agricultura, centros vitivinícolas, e incluso turismo, porque existe una relación causal con el producto. Por otro lado, si observamos las instituciones inmersas con las Cerámicas de Chulucanas, esto puede variar un poco, ya que el producto no pertenece a al rubro agroalimentario, por lo que encontramos a:

“El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, a través de la Dirección Nacional de Artesanía y el Centro de Innovación Tecnológica – CITE, jugó un rol importante para la obtención de la D.O constituido el 26 de julio del 2006. El Consejo Regulador, formado el 6 de enero del 2007, cuenta con el respaldo de la municipalidad de Chulucanas, el Centro de Innovación Tecnológica de la Cerámica – CITE, la Asociación de Ceramistas Vich y la Asociación de Ceramistas “Tierra Encantada””. (Rivera Campos & Riveros Serrato, s.f., pág. 7).

- **Contenido del expediente técnico para solicitar reconocimiento de denominación de origen:**

El expediente técnico contiene las características del producto, y debe acreditar la vinculación de la calidad del producto con el lugar de origen, si se trata de una larga tradición histórica, entonces será necesario hacer estudios antropológicos, históricos, entre otros.



Cabe resaltar que quien elabora el expediente técnico es el solicitante, y pueden colaborar las instituciones públicas y/o privadas que se encuentran relacionadas con el producto y deseen intervenir, incluyendo municipalidades, ministerios, universidades, etc.

Como ejemplo para el presente trabajo, se tiene el contenido del expediente de la denominación de origen de las cerámicas de Chulucanas que a continuación detallaremos en un esquema.

a. Solicitud del interesado para la declaración de Denominación de Origen Presentación:

- Legítimo interés del solicitante.
- Objetivo principal.
- Objetivos específicos.
- Instituciones interesadas.
- Información de la Denominación de Origen solicitada: zona geográfica, características del producto, proceso de elaboración de producto, reseña de calidades, anexos (poder legalizado notarialmente, documentos de las asociaciones de ceramistas, sustento de la solicitud, estudio de arcilla elaborado por un Ingeniero, relación de personas colaboradoras en el proyecto, evidencias de reuniones de trabajo, encuestas sobre los elementos que hacen especial a la cerámica de Chulucanas, copia de actas de reuniones de trabajo, Documental sobre la cerámica de Chulucanas y video sobre la técnica de elaboración de las cerámicas de Chulucanas).

b. Sobre el expediente para la solicitud:

- Es un documento elaborado por los solicitantes que contiene la delimitación de la zona geográfica en el que se elabora el producto, sus características esenciales (clima, temperatura), el vínculo histórico, entre otros.



- De igual manera, se enumeran las técnicas tradicionales que se utilizan para la elaboración del producto, así como de las asociaciones que se fueron formando con el paso de los años.
- Así también, se menciona el apoyo de una asociación sin fines de lucro, sus objetivos y asociados, que en su gran mayoría son otras asociaciones de ceramistas, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (quien tiene la presidencia), y la Universidad de Piura.
- Otro punto importante son los factores humanos en el que se resaltan las cualidades de los artesanos; la cosmovisión del artesano de Chulucanas; la reputación que tiene el producto.

#### **2.2.2.2.5. Consejo regulador de Denominaciones de Origen.**

A partir de la ley N° 28331, Ley Marco de los Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen, se dio inicio a la conformación de asociaciones civiles sin fines de lucro, que tienen como objeto administrar las denominaciones de origen que ya han sido reconocidas. Estos Consejos Reguladores se rigen a su vez por su propio estatuto. En la ley se mencionan algunas consideraciones que el estatuto debe contener, como el nombre de la asociación, objeto, cuáles son los derechos y obligaciones de cada asociado, causales de separación de la asociación, entre otros. Asimismo, la solicitud para el funcionamiento de los Consejos Reguladores, son dirigidos a la oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual- INDECOPI.

- **Funciones:**

Dentro de sus funciones podemos apreciar que el artículo 11 de la ley N° 28331, Ley Marco de los Consejos Reguladores de Denominaciones de Origen, expresa lo siguiente:



“1) Formular las propuestas de modificación del Reglamento particular de la denominación de origen a que se refiere el artículo 5° de la presente Ley, para su aprobación por la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI.

2) Orientar, vigilar y controlar la producción y elaboración de los productos amparados con la denominación de origen, verificando el cumplimiento de la Norma Técnica o reglamento, según sea el caso, a efectos de garantizar el origen y la calidad de los mismos para su comercialización en el mercado nacional e internacional.

3) Velar por el prestigio de la denominación de origen en el mercado nacional y en el extranjero, en coordinación con los demás sectores públicos y privados, según corresponda.

4) Actuar con capacidad jurídica en la representación y defensa de los intereses generales de la denominación de origen.

5) Ejercer las facultades delegadas por la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI.

6) Llevar un padrón de beneficiarios de la denominación de origen.

7) Llevar el control de la producción anual del producto o productos de que se trate.

8) Realizar las acciones necesarias para preservar el prestigio y buen uso de la denominación de origen que administra.

9) Garantizar el origen y la calidad de un producto, estableciendo para ello un sistema de control de calidad que comprenda los exámenes analíticos (físicos, químicos, bacteriológicos, entre otros) y organolépticos, en los casos que corresponda.

10) Establecer y aplicar sanciones a sus asociados por el incumplimiento del estatuto, de acuerdo con lo previsto en el mismo.”

Un punto a favor es que los Consejos Reguladores están conformados por personas que se dedican a la producción y elaboración de las denominaciones de origen. Decimos que es un punto a favor, porque de ellos dependerá mantener los estándares de calidad de sus productos. Ahora bien, no son los productores los únicos que pueden conformar un Consejo Regulador, también pueden ser instituciones públicas o privadas.





- **Estructura normativa de los Consejos Reguladores:**

Según la Ley N° 28331, Ley Marco de los Consejo Reguladores; aquellas asociaciones civiles que voluntariamente deseen conformar el Consejo Regulador de una denominación de origen deberán poseer una autorización de funcionamiento, para tal efecto, es necesario cumplir con los requisitos establecidos en la ley mencionada.

Seguidamente, el Consejo Regulador deberá contar con un Reglamento de Uso debido a que su función principal es el control de la calidad de los productos.

Se debe tener en cuenta que la Dirección de Signos Distintivos ejerce una función fiscalizadora sobre el Consejo Regulador, por ende, puede sancionar en caso de incumplimiento de funciones o ante un perjuicio a los intereses de la denominación de origen, pudiendo inclusive cancelar la autorización de funcionamiento.

- **Modificaciones como consecuencia del Tratado de Libre Comercio entre Perú y Los Estados Unidos Americanos:**

El Acuerdo de Promoción de Comercio firmado en el año 2006, más conocido como el Tratado de Libre Comercio entre Perú y Los Estados Unidos Americanos, en el cual se establece en el artículo 16.3.2, dos prohibiciones para el reconocimiento de una indicación geográfica: la primera cuando es posible que cause confusión con otra marca que se encuentre pendiente de registro, o segundo, cuando dicha marca ya se encuentra registrada.

Ambas prohibiciones fueron consideradas en el Decreto legislativo N° 1075, haciendo hincapié que además de estas dos consideraciones, se mantienen las establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina en el artículo 202: aquellas que no concuerden con la definición del artículo 201, se trate de indicaciones comunes o genéricas, vayan en contra del orden público o las buenas costumbres, y finalmente, puedan inducir a error al consumidor sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, entre otras características.



- **Consejos reguladores vigentes:**

- a) **Consejo Regulador de la Cerámica de Chulucanas.**

Según la Municipalidad de Morropón - Chulucanas, “el 6 de enero del 2007 se constituye el C.R.D.O. Chulucanas como una Asociación Civil sin fines de lucro, el cual tiene un rol dinamizador y conciliador para el desarrollo social y económico sustentado en: Calidad certificada de acuerdo a los requisitos establecidos en el Reglamento. Representa a los artesanos ceramistas, favoreciendo sinergias entre sector público y privado.” (Municipalidad Provincial de Morropón, s.f.)

Los miembros fundadores del Consejo Regulador de la Denominación de Origen de la Cerámica de Chulucanas son:

- A. A. “Vicús” A. A. “Tierra Encantada”.
- A. A. “Mujeres Artesanas al Mundo”.
- A. A. “Ñacara”.
- Artesanos independientes CAMCO Piura.
- Universidad de Piura.
- ADETUR APROMALPI.
- Municipalidad Provincial Morropón – Chulucanas.
- Municipalidad Provincial Piura.
- DIRCETUR Piura.
- Universidad Nacional de Piura.
- Instituto Nacional de Cultura.
- PROMPERU.

El Consejo Regulador de la Cerámica de Chulucanas fue autorizado por la Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI mediante la Resolución N° 3770-2008/OSD-INDECOPI



con fecha 05 de marzo del 2008. El Consejo Regulador de la denominación de origen “Cerámica de Chulucanas” ha adoptado el siguiente signo como herramienta para verificar y realizar un control de calidad de los productos identificados con la denominación de origen.



Analysis of Indecopi’s Functions in Light of the Ruling of its Dispute Settlement Bodies, INDECOPI, 2013, [https://repositorio.Indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5566/intellectual\\_property.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.Indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5566/intellectual_property.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**b) Consejo Regulador del Pisco.**

La Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI en fecha 14 de febrero de 2011, autorizó mediante Resolución N° 2378-2011/OSD-INDECOPI a la Asociación Nacional de Productores de Pisco la función de Consejo Regulador. En aras de cumplir mejor su trabajo de control como Consejo Regulador, adoptaron el siguiente signo:



Analysis of Indecopi’s Functions in Light of the Ruling of its Dispute Settlement Bodies, INDECOPI, 2013, [https://repositorio.Indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5566/intellectual\\_property.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.Indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/5566/intellectual_property.pdf?sequence=1&isAllowed=y)



#### 2.2.2.2.6. Denominaciones de origen otorgadas en el Perú.

##### a) El Pisco.

La historia del Pisco se remonta a las primeras fundaciones hispanas de centros poblados en el Perú, durante los años 1532 y 1580. En este periodo, los habitantes recibieron tierras para instar sus moradas, tierras para cultivar y criar su ganado.

“Uno de esos pueblos fundados fue Santa María en el valle de Pisco, cimentado de acuerdo a las disposiciones toledanas en 1572 por Alvaro de Ponce. Con el transcurso de los años, los navegantes, arrieros, vecinos y moradores obviaron el nombre cristiano de Santa María y sólo quedó el nombre del valle o asiento, es decir, Pisco, que en runa simi o quechua significa pájaro”. (Huertas Vallejos, 2004)

En 1547, cuando Pedro Cieza de León (cronista español) llega a Perú para dar fin a la rebelión de los Pizarro contra el rey, en su trayecto fue testigo de los viñedos a las afueras de Quito y Piura. Además, cuenta la historia que Francisco Pizarro sembró una parra en la casa de gobierno que se mantuvo por siglos. De igual manera, en la universidad de San Cristóbal de Huamanga, había una encantadora parra atesorada con dedicación; según la tradición fue durante los primeros años de la colonia que la plantaron.

- **Zona de producción:**

Según el Reglamento de la Denominación de Origen del Pisco, las zonas geográficas están delimitadas por la Resolución N° 072087-DIPI y el Decreto Supremo N° 001-01-ICTI/IND que comprenden: (i) la costa de los departamentos Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y (ii) los valles de Locumba, Sama y Caplina del departamento de Tacna.

- **Clases de Pisco:**

De acuerdo con el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, en su Guía práctica de la Denominación de Origen Pisco,



se tiene 3 clases de Pisco: el Pisco Puro que es obtenido exclusivamente de una sola variedad de “uva pisquera”; el Pisco Mosto Verde el cual es obtenido de la destilación de extractos frescos de “uvas pisqueras” que no están del todo fermentados; el Pisco Acholado que es obtenido de la combinación de mostos completamente o incompletamente fermentados, o de la mezcla de Piscos, siendo las proporciones de cada mezcla elegidas por el productor. (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, 2019)

- **FICHA TÉCNICA OMPI:**

**PISCO**

- **Número** : 865
- **Fecha** : 9/05/2005
- **Publicación** : N ° 35: 01/2006
- **Denominación** : Pisco
- **País de origen** : PE (Perú)
- **Bienes** : Bebida alcohólica, el pisco es un licor de uva, obtenido mediante la destilación del mosto fresco de uvas recién fermentadas de acuerdo con los métodos tradicionales establecidos en las áreas de producción previamente reconocidas y clasificadas como tales en las normas normativas contenidas en la Norma Técnica Peruana 211-011: 2002.
- **Área Geográfica** : El área geográfica reconocida para la producción de Pisco se ubica en la costa de los Departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y los valles de Locumba, Sama y Caplina en el Departamento de Tacna, todos en Perú.
- **Beneficiario** : El estado peruano es el titular de las denominaciones de origen peruanas y los productores que las utilizan requieren de autorizaciones de aquel.



- **Base Legal** : Registro nacional o regional. (Resolución Directoral No. 072087-DIPI de 12 de diciembre de 1990, Registro No. 1) (WIPO, s.f.)

- **El Pisco y el Pisco Chileno:**

A partir de 1930, entre Perú y Chile ha habido una gran disputa sobre la titularidad de la denominación «Pisco». Chile defiende su posición argumentando que la palabra pisco responde a que así se llamaba a los envases donde se guarda el aguardiente, y que este era exportado al Perú en la época del Virreinato. Sin embargo, Perú menciona que la palabra pisco proviene del quechua, que significa ave y que se constata en el arte peruano, como en poemas y canciones que datan muchísimo antes de que surja la controversia.

Al respecto, la diferencia entre el Pisco y el Pisco Chileno se basan en la materia prima, en los tipos de pisco y en el proceso de producción.

- **Materia prima:** Mientras que en Perú usan ocho diferentes clases de uvas, clasificadas en aromáticas y no aromáticas, en Chile solo utilizan 3, la Moscatel, la Torontel y la Pedro Ximénez.
- **Tipos de Pisco:** La importancia de la materia prima en el Pisco Peruano tiene su reflejo en la forma de clasificar los productos ya que, como se indicó líneas arriba, existen 3 clases de Piscos, el Pisco Puro, Pisco Mosto Verde y Pisco Acholado. Sin embargo, en Chile, se clasifica por graduación alcohólica del producto final sin hacer referencia a la calidad o a la producción.
- **Proceso de producción:** Este ítem es, quizás, lo que más diferencia a un Pisco de otro. Mientras que en el Perú se destila una única vez sin añadir agua y sin envejecer el producto, en Chile se destila 2 veces y el resultado se diluye con agua desmineralizada, además se puede envejecer en barricas de roble.



La periodista Mariela Balbi menciona al respecto que:

“En el Perú se utilizan variedades de uva aromáticas y no aromáticas; en el caso de Chile son únicamente aromáticas (moscatel, torontel y Pedro Jiménez). En el Perú, el mosto fermentado se destila inmediatamente, sin clarificar y sin dejarlo reposar; no se le añaden compuestos artificiales. En el licor chileno, el jugo de uva o mosto se fermenta con los orujos por un periodo de hasta una semana, luego se presan los orujos y se juntan los dos caldos. El mosto se deja reposar hasta 50 días para clarificar y recién, en ese momento, se procede a la destilación; igualmente se le añade anhídrido sulfuroso y levaduras artificiales para garantizar su fermentación. El pisco en el Perú no se rectifica: su grado alcohólico se obtiene mediante el corte del proceso de destilación. En Chile, por rectificación se obtiene un alcohol de entre 50 y 60 grados, que - luego de un periodo que va entre cuatro meses y un año - es rebajado con agua desmineralizada para llegar a un nivel alcohólico que permita su comercialización. En Chile, si el Licor no presenta un brillo adecuado, se le clarifica añadiendo tres claras de huevo por cada 1000 litros.” (Balbi, 2003)

Por otro lado, en una revista de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, se menciona que la producción de Pisco se remonta al siglo XVI dentro del territorio peruano. Asimismo, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual reconoce la titularidad del registro de dicha denominación de origen en concordancia del Arreglo de Lisboa el cual permite un registro internacional. Cabe mencionar que al respecto de esta controversia, algunos países que firmaron un tratado de libre comercio con Chile (como México y Canadá), permiten utilizar esta denominación dentro de los productos provenientes de Chile, esto en concordancia con la normativa chilena, sin embargo, no se trata de un reconocimiento exclusivo. (Jewell, 2013).



**b) El Maíz Blanco Gigante Cusco.**

El Maíz Blanco Gigante Cusco, es una variedad de maíz caracterizada por el tamaño del tallo, el cual llega a medir entre 2 a 3 metros de alto, además, sus granos son grandes y blancos.

Es la segunda denominación de origen reconocida en el Perú por la Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual, mediante la Resolución N° 12981-2005/OSD-INDECOPI, de fecha 22 de julio del 2005.

• **Participantes en la solicitud de registro como Denominación de Origen:**

Según el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, el interés para solicitar el reconocimiento del Maíz Blanco Gigante Cusco como denominación de origen comenzó en 1997 con la visita de APROMAIZ a las oficinas del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, al Congreso de la República del Perú y al Ministerio de Exteriores en Lima con el objetivo de recabar información al respecto. En los años siguientes, se llevaron a cabo talleres de sensibilización, tanto a productores como a empresarios, dichos talleres estuvieron a cargo de la Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, Programa Agricultores y Mercados del Agro de la Sierra - PyMAGROS, Agencia Suiza para Desarrollo y Cooperación - COSUDE y Centro de Servicios Empresariales Cusco - CESEM CUSCO. La dificultad que se presentó fue la poca precisión entre los conceptos de Denominación de Origen, Marcas Colectivas o Marcas de Certificación, lo que generó confusiones individuales. (Rivera Campos & Riveros Serrato, s.f).

Más adelante, en el 2003, se realizó un evento en la provincia de Urubamba con el apoyo del Proyecto Corredor Puno - Cusco sobre la importancia de las Denominaciones de Origen, se convocaron a municipios, a la Dirección Regional Agraria del Ministerio de Cultura, Servicio Nacional de Sanidad Agraria - SENASA, Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria - INIEA, e instituciones privadas.





Fue en el 2004 que se formalizó un convenio entre la Agencia Suiza para Desarrollo y Cooperación - COSUDE, el Programa Agricultores y Mercados del Agro de la Sierra - PyMAGROS, el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, APROMAIZ y el Proyecto Corredor Puno - Cusco para llevar a cabo el proyecto, dado que el informe técnico que se tenía que realizar requería de consultorías y procedimientos metodológicos elaborados.

Se realizó un estudio técnico agronómico, un estudio histórico cultural, una elaboración material cartográfico para finalmente entregar el expediente al Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual - INDECOPI, este proceso tardó aproximadamente 2 años y medio.

- **Factores Naturales:**

Según la Resolución N° 12981-2005/OSD-INDECOPI los factores naturales abarcan:

- Factor de localización y zona geográfica: Esta variedad de maíz es cultivada y producida en el departamento de Cusco, en la provincia de Calca, distritos de San Salvador, Pisac, Taray, Colla, Lamay y Calca y en la provincia de Urubamba, distritos de Urubamba, Huayllabamba, Ollantaytambo, Yucay y Maras, ubicadas a ambos márgenes del río Vilcanota o Willka Mayu.
- Factores agroclimáticos: Este factor considera el agua, la temperatura y la zona geográfica. En este caso, el departamento de Cusco tiene precipitaciones bastante uniformes de diciembre a marzo y entre los meses de mayo a septiembre esas son más escasas. El maíz blanco gigante, es una planta de alta eficiencia fotosintética, sin embargo, las temperaturas óptimas se encuentran alrededor de los 25 °C o más, temperatura que se alcanza en la zona de producción antes mencionada.
- Factor del genotipo y variedad del Maíz: Esta Denominación de Origen, tiene características peculiares, el largo del grano mide 29.38 mm, su diámetro 17.66 mm, su



espesor 6.14 mm, su color es blanco maracuyá, la forma es redonda y es de un tipo harinoso.

- **Factores humanos (técnica):**

El proceso de producción es un conjunto de prácticas ancestrales que se mantienen hasta la actualidad, estas consisten en:

- Antes de la siembra, se prepara la tierra realizando el “pantachiy” (riego). La fecha para la siembra comienza el 30 de agosto, en un rango de 15 días antes o 15 días después.
- Después de la siembra, se entresacan las plantas más débiles para aprovechar y sembrar en donde no creció el maíz, lo que se conoce como “mukhuchay”.
- El primer riego se realiza después de 45 a 60 días de la siembra, luego se hace el “halmay”, que consiste en poner tierra alrededor del tallo de la planta, para que esta pueda resistir el peso de las hojas y las mazorcas. Luego, se procede a realizar el segundo “halmay”, esto cuando el maíz florece.
- A fines de abril, se prepara un tendal con ramas de retama y con paja para aislar al maíz de la humedad de la tierra.
- Durante el mes de mayo, se realiza el “calcheo”, que consiste en cortar el maíz. Una vez cortado el maíz, se hace el “arcuy” que consiste en colocar las plantas cortadas en forma parada para que termine de secar y para que las mazorcas absorban el jugo de los tallos, esto conocido como “qunchusqa”.
- Posteriormente, se hace el “sara tipiy” (el deshoje de las mazorcas de maíz), para trasladarlo hacia el tendal.
- En el tendal, se somete el maíz a la helada y a su secado por acción del sol, el proceso de secado dura entre 40 a 60 días.
- Se tienen dos tendales, uno para el maíz bueno (el que será comercializado) y el otro es el hut'u (maíz seco).



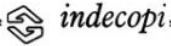

- Finalmente, se utiliza maquinaria para seleccionar los granos, empero, el deshoje y el desgrane es manual.

- **Zona de producción:**

De acuerdo a la Resolución N° 012981-2005/OSD-INDECOPI, esta variedad de maíz es cultivado y producido en el departamento del Cusco, en la provincia de Calca, distritos de San Salvador, Pisac, Taray, Coya, Lamay, y Calca, y en la Provincia de Urubamba, distritos de Urubamba, Huayllabamba, Ollantaytambo, Yucay, y Maras, ubicadas a ambos márgenes del río Vilcanota o Willka Mayu.

- **Certificado de INDECOPI:**

CERTIFICATE OF APPELLATION OF ORIGIN  
"GIANT WHITE MAIZE OF CUZCO"

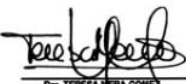
   
República del Perú

**Registro de la Propiedad Industrial**  
**Oficina de Signos Distintivos**

CERTIFICADO N° 00000002

La Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 012981-2005/OSD - INDECOPI de fecha 26 de Setiembre de 2005, ha quedado inscrito en el Registro de Denominaciones de Origen, la siguiente:

Denominación De Origen	:	MAIZ BLANCO GIGANTE CUSCO
Para	:	Maiz blanco gigante (Paraqay sara)
Solicitud	:	0249792-2005
País	:	PERU
Tomo	:	001
Folio	:	002

  
Dra. TERESA MEÑA GOMEZ  
Jefa de la Oficina de Signos Distintivos  
INDECOPI

**Fuente:** (Gamboa Vilela, y otros, 2013, pág. 82)



- **Ficha Técnica OMPI:**

**Maíz Blanco Gigante Cusco** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f)

- **Número** : 868
- **Fecha** : 23/05/2006
- **Publicación** : N° 36 07/2007
- **Denominación de Origen** : Maíz Blanco Gigante Cusco
- **Bienes** : Maiz Blanco Gignte (Paqaray Sara)
- **Parte Contratante** : PE (Perú)
- **Base Legal** : Provincia de Calca: Distritos de San Salvador, Písac, Taray, Coya, Lamay y Calca. Provincia de Urubamba: Distritos de Urubamba, Huayllabamba, Ollantaytambo, Yucay y Maras, todos en el departamento de Cusco, República del Perú.
- **Beneficiarios** : Estado Peruano.

**c) Las Cerámicas Chulucanas.**

Es un tipo de cerámica elaborado en el distrito de Chulucanas, provincia de Morropón, departamento de Piura que fue reconocido como Denominación de Origen el 26 de julio de 2006 por la Oficina de Signos Distintivo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI. Mediante la resolución N° 11517-2006/OSD-INDECOPI.

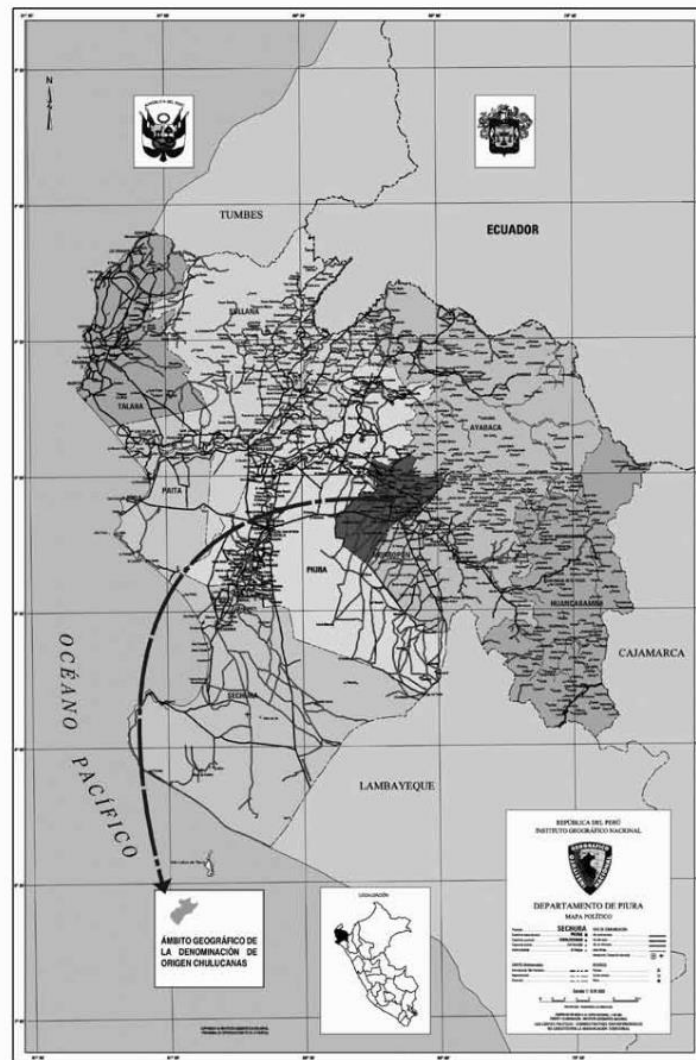
Geográficamente, el distrito de Chulucanas limita por el norte con el distrito de Frías (provincia de Ayabaca), por el sur con el distrito de Catacaos (provincia de Piura), por el este con el distrito de La Matanza, Morropón y Santo Domingo (provincia de Morropón) y por el oeste con el distrito de Castile (provincia de Piura) y Tambogrande (provincia de Sullana).



Lo característico de la Cerámica de Chulucanas, es la interacción de los factores naturales (la arcilla, la arena, el clima y las hojas de mango) y los factores humanos (manejo de técnicas ancestrales rescatadas de las antiguas culturas de las zonas: Vicús y Tallán, los cuales evidencian el vínculo histórico existente).

- **Zona de producción:**

Map of the geographical scope of the appellation of origin "CHULUCANAS"



Fuente: (Gamboa Vilela, y otros, 2013, pág. 83)



- Certificado de INDECOPI:

CERTIFICATE OF APPELLATION OF ORIGIN "CHULUCANAS"

**indecopi**

República del Perú

## Registro de la Propiedad Industrial

Oficina de Signos Distintivos

**CERTIFICADO N° 00000003**

La Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 011517-2006/OSD - INDECOPI de fecha 26 de Julio de 2006, ha quedado inscrito en el Registro de Denominaciones de Origen, la siguiente:

Denominación De Origen	:	CHULUCANAS
Para	:	Cerámica
Solicitud	:	0273038-2006
País	:	PERU
Tomo	:	001
Folio	:	003

MIGUEL ANGEL SANCHEZ  
DEL SOLAR QUIÑONES  
Jefe de la Oficina  
de Signos Distintivos  
INDECOPI

Fuente: (Gamboa Vilela, y otros, 2013, pág. 84)



- **Ficha Técnica OMPI:**

**Chulucanas** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f)

- **Número** : 869
- **Fecha** : 31/10/2006
- **Publicación N° 36** : 07/2007
- **Denominación de Origen** : Chulucanas
- **Bienes** : Cerámica
- **Parte Contratante** : PE (Perú)
- **Base Legal** : Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), según Resolución No. 011517-2006 / OSD-INDECOPI, de 26 de julio de 2006, Número de Registro: 3.
- **Beneficiarios** : Estado Peruano.

**d) El Pallar de Ica.**

Es un tipo de grano de sabor dulce, cáscara delgada y que al cocinar adquiere una textura suave y cremosa. Proviene de las provincias de Palpa, Nazca, Ica, Chincha y Pisco del departamento de Ica, situado en la costa central del Perú. Esta Denominación de Origen fue reconocida por la Oficina de Signos Distintivo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI mediante la resolución N° 20525-2007/OSD-INDECOPI de fecha 23 de noviembre de 2007.

- **Zona de producción:**


De acuerdo a la Resolución N° 20525-2007/OSD-INDECOPI, “la denominación PALLAR DE ICA, está conformada por la palabra ICA, que corresponde al departamento del Perú, que está situado en la costa central del territorio peruano. La altura del territorio de Ica oscila entre los



2 m.s.n.m (distrito de Paracas, provincia de Pisco) y los 3976 m.s.n.m (distrito de San Pedro de Huacarpana, provincia de Chincha)”.

- **Certificado INDECOPI:**

**CERTIFICATE OF APPELLATION OF ORIGIN “PALLAR DE ICA” (LIMA BEAN OF ICA)**


**indecopi**  República del Perú

**Registro de la Propiedad Industrial**  
Oficina de Signos Distintivos

**CERTIFICADO N° 00000004**

La Oficina de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 020525-2007/OSD - INDECOPI de fecha 23 de Noviembre de 2007, ha quedado inscrita en el Registro de Denominaciones de Origen, la siguiente:

Denominación De Origen	:	PALLAR DE ICA
Para	:	Pallar
Solicitud	:	0309793-2007
País	:	PERU
Tomo	:	001
Folio	:	004

  
**MIGUEL ANGEL SANCHEZ DEL SOLAR QUIÑONES**  
Jefe de la Oficina de Signos Distintivos  
INDECOPI

Fuente: (Gamboa Vilela, y otros, 2013, pág. 89)





- **Ficha Técnica OMPI:**

**Pallar de Ica** (Organización Mundial de Propiedad Intelectual, s.f)

- **Número** : 885
- **Fecha** : 23/05/2008
- **Publicación** : N° 37: 01/2009
- **Denominación de Origen** : Pallar de Ica
- **Bienes** : Haba
- **Parte Contratante** : PE (Perú)
- **Beneficiario** : El estado peruano es el titular de las denominaciones de origen peruanas y los productores que las utilizan requieren de autorizaciones de aquel.
- **Base Legal** : Decisión 486 (de 14 de septiembre de 2000);
- Decreto Legislativo No. 823 (de 23 de abril de 1996); Resolución de la Oficina de Signos Distintivos del INDECOPI No. 020525-2007 / OSD-INDECOPI, de 23 de noviembre de 2007, (Certificado No. 0004)

**e) El Café Villa Rica.**

El café Villa Rica fue reconocido como Denominación de Origen por la Oficina de Signos Distintivo del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI mediante la resolución N° 12784-2010/DSD-INDECOPI de fecha 20 de agosto de 2010. Este café se caracteriza por tener un alto contenido de carbohidratos, cuerpo medio, aromático, un toque ácido y dulzor único. A diferencia de un café pilado de calidad exportable el cual alcanza a una media de 400.5 g (80.1%) de rendimiento, el café Villa Rica alcanza un rendimiento promedio de 400.8 g (83.2%).



- **Zona de producción:**

En concordancia con la Resolución N° 12784-2010/DSD-INDECOPI, “La denominación CAFÉ VILLA RICA, está conformada por la palabra VILLA RICA que corresponde al Distrito del mismo nombre, ubicado en la provincia de Oxapampa, región Pasco, situado en la zona central del territorio peruano. Las zonas de producción donde se encuentran las parcelas de cafetos de CAFÉ VILLA RICA, comprende altitudes entre los 1000 a 2000 m.s.n.m. Los límites de la zona de producción se encuentran georeferenciados en coordenadas geográficas referidas a la longitud oeste y a la latitud Sur del Meridiano de Greenwich.”

- **Certificado INDECOPI:**

**CERTIFICATE OF APPELLATION OF ORIGIN “CAFÉ VILLA RICA”**

The certificate is a formal document from INDECOPI. It features the INDECOPI logo at the top left and the coat of arms of Peru at the top right. The title is 'Registro de la Propiedad Industrial' under the 'Dirección de Signos Distintivos'. The certificate number is 'CERTIFICADO N° 00000005'. The text certifies that the 'CAFÉ VILLA RICA' denomination is registered for 'Café en grano verde' based on Resolution N° 12784-2010/DSD-INDECOPI. A table lists the following details: Denominación De Origen: CAFÉ VILLA RICA; Para: Café en grano verde; Solicitud: 0412387-2010; País: PERU; Tomo: 001; Folio: 005. The document is signed by Patricia Gamboa Vilela, Director of the Dirección de Signos Distintivos.

Denominación De Origen	: CAFÉ VILLA RICA
Para	: Café en grano verde
Solicitud	: 0412387-2010
País	: PERU
Tomo	: 001
Folio	: 005

*Patricia Gamboa Vilela*  
PATRICIA GAMBOA VILELA  
Directora  
Dirección de Signos Distintivos  
INDECOPI

Fuente: (Gamboa Vilela, y otros, 2013, pág. 92)



- **Ficha técnica OMPI:**

**Café Villa Rica** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f.)

- **Número** : 893
- **Fecha** : 25/11/2010
- **Publicación** : N° 39: 01/2011
- **Denominación de Origen** : Café Villa Rica
- **Bienes** : Café en grano verde
- **Parte contratante** : PE (Perú (el))
- **Beneficiario** : El estado peruano es el titular de las denominaciones de origen peruanas y los productores que las utilizan requieren de autorizaciones de aquel.
- **Base Legal** : Decisión 486 (de fecha 14 de septiembre de 2000) y Decreto legislativo N° 1075 (de fecha 27 de junio de 2008); - Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI, Resolución N° 12784-2010/DSD-INDECOPI, de fecha 20 de agosto de 2010, (Certificado N° 0005).

**f) El Loche de Lambayeque.**

El Loche de Lambayeque fue reconocido como Denominación de Origen por la Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI mediante la resolución N° 18799-2010/DSD-INDECOPI en fecha 03 de diciembre de 2010. Este loche es un fruto con un agradable aroma y sabor característico, producto de la interacción de “factores geográficos (ubicación de las parcelas de cultivo, posición latitudinal, longitudinal y una altitud cercana al nivel del mar con un relieve casi plano a lo largo de toda la zona involucrada) y ambientales (variables meteorológicas, condiciones climáticas determinadas por la convergencia de biomas diferentes (desierto costero, bosque seco ecuatorial, corriente oceánica del pacífico que modulan y regulan las



condiciones de temperatura, humedad, horas de sol, etc))”. Resolución N° 18799-2010/DSD-INDECOPI, pág. 4)

- **Zona de producción:**

Según la Resolución N° 18799-2010/DSD-INDECOPI, “la denominación loche de Lambayeque está conformada por la palabra LAMBAYEQUE, que corresponde al departamento del mismo nombre, situado en la parte noroccidental de la costa del territorio peruano. La zona de producción donde se cultiva el loche de Lambayeque comprende las provincias de Chiclayo, Lambayeque y Ferreñafe del departamento de Lambayeque. Los límites de la zona de producción se encuentran georeferenciados en coordenadas geográficas referidas a la longitud Oeste y a la Latitud Sur del Meridiano de Greenwich.”

- **Certificado INDECOPI:**

**CERTIFICATE OF APPELLATION OF ORIGIN “LOCHE DE LAMBAYEQUE”  
(LOCHE OF LAMBAYEQUE)**



**Registro de la Propiedad Industrial**  
Dirección de Signos Distintivos

CERTIFICADO N° 00000006

La Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 18799-2010/DSD - INDECOPI, de fecha 03 de Diciembre de 2010, ha quedado inscrita en el Registro de Denominaciones de Origen, la siguiente:

Denominación De Origen	:	LOCHE DE LAMBAYEQUE
Para	:	Loche
Solicitud	:	0389877-2009
País	:	Perú
Tomo	:	001
Folio	:	006

PATRICIA GAMBOA VILELA  
Directora  
Dirección de Signos Distintivos  
INDECOPI

Fuente: (Gamboa Vilela, y otros, 2013, pág. 95)



- **Ficha Técnica OMPI:**

**Loche de Lambayeque** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f.)

- **Número** : 901
- **Fecha** : 01/10/2012
- **Publicación** : 41/2013
- **Denominación de Origen** : Loche de Lambayeque
- **Bienes** : Loche (calabaza crookneck)
- **Parte contratante** : PE (Perú)
- **Base Legal** : Decisión 486 (de 14 de septiembre de 2000); Decreto Legislativo No. 1075 (de 27 de junio de 2008); Registro de Símbolos Distintivos del INDECOPI, Resolución No. 18799-2010 / DSD-INDECOPI, de fecha 3 de diciembre de 2010, Certificado No. 0006.

**g) Café Machu Picchu - Huadquiña.**

De igual manera, según la Resolución N° 3917-2011/DSD-INDECOPI, el café Machu Picchu - Huadquiña fue reconocido como Denominación de Origen por la Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI mediante la resolución N° 3917-2011/DSD-INDECOPI en fecha 08 de marzo de 2011. Este café se caracteriza por la interacción de sus factores ambientales, geográficos y humanos. Dentro de los factores ambientales encontramos el clima, el suelo, el agua, vientos frescos, etc. “Dentro de los factores geográficos está la geografía y sus relieves de la zona de cultivo, localizados cerca de los valles donde se ubica el santuario histórico de Machu Picchu y en la cercanía de los nevados Salkantay, Sacsarayoc y Humantay. De la misma forma, los factores humanos implican el manejo en el campo de los agricultores,



creación y adaptación de herramientas para la cosecha, así como costumbres ancestrales para el cultivo y cosecha.”

- **Zona de producción:**

Citando a la Resolución N° 3917-2011/DSD-INDECOPI “El café Machu Picchu - Huadquiña se encuentra conformada por las palabras MACHU PICCHU que hace referencia a la ciudadela inca de Machu Picchu, así como a la montaña del mismo nombre, ubicadas en el distrito de Machu Picchu. Por su parte la palabra Huadquiña, corresponde al caserío Huadquiña (ex hacienda Huadquiña), en el distrito de Santa Teresa, provincia de La Convención, departamento de Cusco, situado en la zona central y sur oriental del Perú. El café Machu Picchu - Huadquiña, es cultivado a una altitud comprendida entre los 1500 a 2250 m.s.n.m.”

- **Certificado INDECOPI:**

**CERTIFICATE OF APPELLATION OF ORIGIN  
“CAFÉ MACHU PICCHU – HUADQUIÑA”**



**Registro de la Propiedad Industrial**  
Dirección de Signos Distintivos

CERTIFICADO N° 00000007

La Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 003917-2011/DSD - INDECOPI, de fecha 08 de Marzo de 2010, ha quedado inscrita en el Registro de Denominaciones de Origen, la siguiente:

Denominación De Origen : CAFE MACHU PICCHU - HUADQUIÑA  
Para : Café en grano verde  
Solicitud : 0371469-2008  
Pais : PERU  
Tomo : 001  
Folio : 007

PATRICIA GAMBOA VILELA  
Directora  
Dirección de Signos Distintivos  
INDECOPI

Fuente: (Gamboa Vilela, y otros, 2013, pág. 98)



- **Ficha Técnica OMPI:**

**Café Machu Picchu Huadquiña** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f)

- **Número** : 902
- **Fecha** : 10/01/2012
- **Publicación** : 41/2013
- **Denominación de Origen** : Café Machu Picchu Huadquiña
- **Bienes** : Café en grano verde
- **Beneficiario** : El estado peruano es el titular de las denominaciones de origen peruanas y los productores que las utilizan requieren de autorizaciones de aquel.
- **Base Legal** : Decisión 486 (de fecha 14 de septiembre de 2000); Decreto Legislativo N° 1 075 (de fecha 27 de junio de 2008); Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI, Resolución N° 003917-2011/DSD-INDECOPI, de fecha 8 de marzo de 2011, Certificado N° 0007.

**h) La Maca Junín - Pasco.**

La maca Junín - Pasco fue reconocido como Denominación de Origen por la Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI mediante la resolución N° 6065-2011/DSD-INDECOPI en fecha 11 de abril de 2011. La maca Junín - Pasco es una planta herbácea caracterizada por su sabor dulce aromático y color peculiar, alto en carbohidratos, potasio y magnesio que ayuda a la reducción del estrés y provee energía.

- **Zona de producción:**

Según la Resolución N° 6065-2011/DSD-INDECOPI, “la denominación Maca Junín - Pasco, esta se encuentra conformada por las palabras JUNÍN, que corresponde al departamento y región del mismo nombre, ubicado en la parte central del territorio peruano. Por su parte, la



palabra PASCO, corresponde al departamento y región del mismo nombre, situado en la zona central del Perú. La maca Junín - Pasco, se cultiva a una altitud comprendida entre los 3950 a 4450 m.s.n.m.”.

- **Certificado INDECOPI:**

### CERTIFICATE OF APPELLATION OF ORIGIN “MACA-PASCO JUNÍN”



## Registro de la Propiedad Industrial

Dirección de Signos Distintivos

CERTIFICADO N° 00000008

La Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 006065-2011/DSD - INDECOPI, de fecha 12 de Abril de 2011, ha quedado inscrita en el Registro de Denominaciones de Origen, la siguiente:

Denominación  
De Origen : MACA JUNIN - PASCO

Para : Maca fresca y maca seca

Solicitud : 0377259-2008

País : PERU

Tomo : 001

Folio : 008

PATRICIA GAMBOA VILELA  
Directora  
Dirección de Signos Distintivos  
INDECOPI

**Fuente:** (Gamboa Vilela, y otros, 2013, pág. 100)





- **Ficha Técnica OMPI:**

**Maca Junín - Pasco** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f.)

- **Número** : 903
- **Fecha** : 10/01/12
- **Publicación** : 41/2013
- **Denominación de Origen** : Maca Junín - Pasco
- **País de origen** : PE (Perú)
- **Bienes** : Maca (fresca y seca)
- **Beneficiario** : El estado peruano es el titular de las denominaciones de origen peruanas y los productores que las utilizan requieren de autorizaciones de aquel
- **Base Legal** : Decisión 486 (de fecha 14 de septiembre de 2000); Decreto Legislativo N° 1075 (de fecha 27 de junio de 2008); Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI, Resolución N° 006065-2011/DSD-INDECOPI, de fecha 12 de abril de 2011, Certificado N° 0008.

**i) Aceituna de Tacna.**

La aceituna de Tacna fue reconocida como Denominación de Origen por la Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI mediante la resolución N° 23772-2014/DSD-INDECOPI en fecha 10 de diciembre de 2014. La aceituna de Tacna comprende 3 productos:

1. Aceituna verde: Este tipo de aceituna, son obtenidas del olivo durante el ciclo de maduración antes del envero. Deben ser firmes al tacto, sanas y resistentes a la presión, suave de los dedos.



2. Aceituna negra: Son recogidas del árbol del olivo en plena madurez o poco antes de ella. Pueden ser de color negro, rojizo, negro violáceo, violeta oscuro, negro verdoso o castaño oscuro, dependiendo de la zona de producción y la época de recogida.
3. Aceituna mulata: Son aquellos frutos recogidos en el envero y antes de su maduración, son de color negro rojizo, negro violáceo, violeta oscuro, negro verdoso o castaño oscuro; antes que la pulpa inicie su pigmentación.

- **Zona de producción:**

La Resolución N° N° 23772-2014/DSD-INDECOPI, dice que la zona de producción de la Aceituna de Tacna comprende altitudes entre los 25 a los 800 m.s.n.m., y abarca tres sectores de producción, de dos provincias de la región de Tacna, la misma que se encuentra delimitada de la siguiente manera:

Sector 1: Irrigación La Yarada, ubicada hacia el extremo sur de la provincia de Tacna.

Sector 2: Irrigación Sama, ubicada hacia el noroeste de la provincia de Tacna.

Sector 3: Irrigación Ite, ubicada en el sur oeste de la provincia de Jorge Basadre.



- **Certificado INDECOPI:**

PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros INDECOPI

## Registro de la Propiedad Industrial

Dirección de Signos Distintivos

**CERTIFICADO N° 00000009**

La Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, certifica que por mandato de la Resolución N° 023772-2014/DSD - INDECOPI de fecha 10 de Diciembre de 2014, ha quedado inscrito en el Registro de Denominaciones de Origen, la siguiente:

Denominación de: Origen	ACEITUNA DE TACNA
Para	: Aceituna de mesa, variedad Sevillana de Perú o Criolla (tipos verde, negra y mulata)
Solicitud	: 0592541-2014
País	: Perú
Tomo	: 001
Folio	: 009

RAY MELONI GARCIA  
Director  
Dirección de Signos Distintivos  
INDECOPI

Fuente: Información solicitada a Indecopi mediante solicitud de Acceso a la Información Pública.



- **Ficha Técnica OMPI:**

**Aceituna de Tacna** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f.)

- **Número** : 1121
- **Fecha** : 30/07/2018
- **Publicación** : 47/2018
- **Denominación de Origen** : Aceituna de Tacna
- **Bienes** : Aceituna de mesa, variedad Sevillana de Perú o Criolla (tipos verde, negra y mulata).
- **Parte Contratante** : PE (Perú)
- **Beneficiario** : El Estado peruano es titular de las denominaciones de origen peruanas y los productores que las utilizan requieren autorizaciones del Estado peruano.
- **Base Legal** : Decisión 486 (de 14 de septiembre de 2000); Decreto Legislativo N ° 1075 (de 27 de junio de 2008) y su reforma aprobada por Decreto Legislativo N ° 1309 (de 29 de diciembre de 2016), así como Reglamento del Decreto Legislativo N ° 1075, aprobado por Decreto Supremo N ° 059-2017 -PCM (de 26 de mayo de 2017). Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), mediante Resolución No. 23772-2014 / DSD-INDECOPI, de fecha 10 de diciembre de 2014. Con certificado No. 0009.

**j) Cacao Amazonas Perú.**

El Cacao Amazonas Perú, fue reconocido como Denominación de Origen por la Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de



la Propiedad Intelectual - INDECOPI mediante la resolución N° 14866-2016/DSD-INDECOPI en fecha 29 de agosto de 2016.

Según la Resolución N° 14866-2016/DSD-INDECOPI: “Las zonas cacaoteras de Amazonas corresponden a parte de la ecorregión denominada Selva Baja, que se caracteriza por presentar variables meteorológicas que favorecen el desarrollo del árbol del cacao que, en armonía con los otros factores abióticos y humanos, conducen a obtener un grano o semilla con particularidades de aroma y sabor que dan lugar al reconocimiento del producto designado Cacao Amazonas Perú, como una Denominación de Origen.”

- **Zona de producción:**

Según la resolución N° 14866-2016/DSD-INDECOPI: “El Cacao Amazonas Perú se desarrolla en un paisaje del tipo “Bosque tropical”, que tiene como principal característica que presenta una flora nativa, compuesta por especies como plátanos, pacaes, laurel, entre otros. Este territorio está demarcado por la influencia de la “Cordillera de los Andes” (Cadena Central, Oriental y Cadena Sub-andina Oriental), que en esta zona presenta menor altitud y amplitud que en el resto del territorio peruano y determina la complejidad de las unidades geomorfológicas presentes en la zona productora del cacao.”

- **Ficha Técnica OMPI:**

**Cacao Amazonas Perú** (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f.)

- **Número** : 1120
- **Fecha** : 30/07/2018
- **Publicación** : 47/2018
- **Denominación de Origen** : Cacao Amazonas Perú
- **Bienes** : Cacao (*Theobroma cacao* L. Var. “Cacao nativo”) en grano seco fermentado con cáscara.



- **Parte Contratante** : PE (Perú)
- **Beneficiario** : El Estado peruano es titular de las denominaciones de origen peruanas y los productores que las utilizan requieren autorizaciones del Estado peruano.
- **Base Legal** : Decisión 486 (de 14 de septiembre de 2000); Decreto Legislativo N ° 1075 (de 27 de junio de 2008) y su reforma aprobada por Decreto Legislativo N ° 1309 (de 29 de diciembre de 2016), así como Reglamento del Decreto Legislativo N ° 1075, aprobado por Decreto Supremo N ° 059-2017 -PCM (de 26 de mayo de 2017). Dirección de Signos Distintivos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), mediante Resolución No. 14866-2016/DSD-INDECOPI, de fecha 29 de agosto de 2016. Con certificado No. 00010.

### **2.2.3. Denominaciones de origen en el derecho internacional.**

#### **2.2.3.1. Antecedentes.**

Como apreciamos anteriormente en el capítulo I, el marco normativo que regula la propiedad intelectual, y por ende, las denominaciones de origen, es un sistema legislativo articulado en diferentes niveles normativos que van desde leyes nacionales, convenios regionales, convenios internacionales multilaterales y bilaterales que intentan estructurar procedimientos para declarar, autorizar, controlar y resolver conflictos referidos a las denominaciones de origen.

La primera ley en el Perú que aludía a las denominaciones de origen fue la Ley General de Propiedad Industrial, Ley N° 26017, publicada el 26 de diciembre de 1992. Dicha ley desarrollaba en su título X, las denominaciones de origen en 20 artículos. Años más tarde el Decreto Legislativo N° 823, publicado el 24 de abril de 1996, suplía la Ley N° 26017, y desarrollaba en el título XV a las denominaciones de origen. Como primer punto, refería que la titularidad de las denominaciones de origen le pertenece al Estado Peruano (Artículo 218).



Seguidamente, mencionaba qué es una denominación de origen, para qué sirve, contra qué se protege la denominación de origen declarada, y recalca que, aquellas que habían sido declaradas como denominación de origen, no podían convertirse en denominaciones genéricas. Asimismo, estipulaba los impedimentos para la declaración de una denominación de origen; y, quiénes eran considerados como interesados legítimos para solicitar una declaración o reconocimiento de una denominación de origen.

A partir del artículo 224, se hablaba del trámite para solicitar la denominación de origen, esto es: qué debe contener la solicitud, los plazos de observancia, y el tiempo de caducidad de una denominación de origen, el cual está sujeto al tiempo de subsistencia de las condiciones que motivaron la declaración en primer lugar. De la misma manera, se mencionaba el trámite para solicitar una autorización de uso de la denominación de origen, la cual se encuentra sujeta a renovación cada 10 años, si el interesado lo desea.

El artículo 239° mencionaba que es el Estado quien estará encargado de fomentar el reconocimiento de las denominaciones de origen a nivel internacional, mediante la celebración de convenios multilaterales o bilaterales a cambio del reconocimiento de denominaciones de origen extranjeras.

Es menester recalcar que, las dos leyes anteriormente mencionadas fueron derogadas y a la fecha el Decreto Legislativo N° 1075 es el único que se encuentra vigente, este aprueba disposiciones complementarias a la Decisión 486 y 689 de la Comunidad Andina de Naciones y son estas las que rigen la materia en el Estado Peruano.

Dentro de la normativa interna, el Perú cuenta también con la ley N° 28331 - Ley Marco de los Consejos Reguladores de las Denominaciones de Origen, que fue incentivada por la Comisión Multisectorial creada por el entonces Ministerio de Industria, Turismo, Integración y Negociaciones Comerciales durante el año 2004, dicha ley sigue en vigencia.

#### **2.2.3.2. La Denominación de Origen en el Comercio Internacional y su protección.**



Desde hace algunos años, las denominaciones de origen han tenido un protagonismo relevante en el comercio internacional. Las características de un producto que es reconocido como denominación de origen, son instrumento de promoción no solo para la localidad donde se origina, sino para el país que lo posee. Así pues, cuando estamos frente a una denominación de origen, no solo hablamos de un simple producto, sino que sabemos que tiene una reputación, estándares de calidad de producción y otras particularidades que lo hacen especial.

El Área de Libre Comercio de las Américas - ALCA, fue un acuerdo multilateral de libre comercio firmado por todos los países de América (a excepción de Cuba), en el que se incluyeron las indicaciones geográficas, “para que nuestro país pueda tener un patrimonio de valor supranacional, gracias a su diversidad en zonas geográficas, técnicas ancestrales, artesanías y productos en general; que contribuyen o son razón de un crecimiento económico” (Arana, 2005)

La legislación que protege las denominaciones de origen, en su gran mayoría, tiene un nivel internacional, pues encontramos un principio de reciprocidad en los convenios celebrados. Es decir, aceptamos el reconocimiento de denominaciones de origen extranjeras a cambio del reconocimiento de una denominación de origen nacional en el extranjero. Asimismo, con la legislación internacional, lo que se busca es estandarizar procedimientos, y que no haya tantas diferencias a la hora de tramitarlas.

#### **2.2.3.2.1. Acuerdos Regionales (Comunidad Andina de Naciones y Decisión 486)**

- **Comunidad Andina de Naciones (CAN):**

Creado en 1969, la Comunidad Andina es uno de los primeros tratados de libre comercio al que Perú se adhirió. Esta comunidad está integrada por Bolivia, Colombia y Ecuador. La CAN admite la libre circulación de personas por cualquiera de los cuatro países miembros y el libre





tránsito de mercancías por la exención arancelaria. De igual manera, mediante la Comunidad Andina, el Perú participa en la creación de normas comunitarias para la propiedad intelectual, aérea, telecomunicaciones, transporte terrestre, acuático y normas sobre comercio.

- **Decisión 486**

La decisión 486 de la Comunidad Andina, a diferencia de sus antecesoras (la decisión 27, 85, 311 y 344), amplió significativamente la protección de la propiedad industrial, incluyendo temas como el patrimonio genético, biológico y los conocimientos tradicionales, temas que con el transcurso de los años y el avance tecnológico son necesarios, pues se encuentran estrechamente vinculados con la alimentación, salud, medio ambiente y la preservación de comunidades indígenas, que ocupan un gran porcentaje de la población en los países miembros.

Como lo señala la PhD. (Mendoza Munar, 2020):

“En lo que refiere a propiedad intelectual, el Régimen Común de Propiedad Industrial regulado en la Decisión 486 de la Comunidad Andina es uno de los más desarrollados de América Latina, ya que compone una herramienta para el desarrollo tecnológico y científico con un enfoque industrial dentro de las naciones que la conforman. Esto genera que los inversionistas puedan ver con claridad el alcance y protección a los derechos de propiedad intelectual, lo que evidencia una mayor seguridad jurídica, que a su vez genera interés para participar activamente en el mercado”.

- **MERCOSUR – Perú:**

En el año 2006, el Perú firmó un Acuerdo de Compensación Económica con el MERCOSUR (integrado por: Uruguay, Paraguay, Argentina y Brasil), el cual tiene como objetivo establecer una cooperación económica junto a un marco jurídico para que se pueda facilitar la circulación libre de bienes y servicios entre los países miembros del MERCOSUR.

El MERCOSUR, cuenta con un Protocolo de Armonización de Normas sobre Propiedad Intelectual, en materia de Marcas, Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen,



(MERCOSUR/CM/DEC. N° 08/95), con el objetivo de promover una protección efectiva y adecuada de los derechos de propiedad intelectual, estableciendo reglas y principios que sirvan para su aplicación. Este protocolo desarrolla las indicaciones de procedencia y denominaciones de origen en sus artículos 19 y 20, en los que se establecen la obligación de protección por parte de los estados miembros y las prohibiciones de registro.

#### **2.2.3.2.2. Acuerdos Multilaterales.**

- **Organización Mundial de Comercio (OMC):**

La Organización Mundial del Comercio (OMC) se estableció en 1995 y tiene como principal objetivo la apertura del comercio en beneficio de todos, “sirve de conversatorio para impulsar la negociación de acuerdos con el fin de reducir los obstáculos en el comercio internacional y asegurar condiciones de igualdad para todos, de esta forma se contribuye al crecimiento económico y al desarrollo.” (Organización Mundial del Comercio, s.f.)

El Perú fue miembro fundador desde el 1° de enero de 1995 ya que anteriormente fue parte contratante del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) de 1947 desde el 7 de octubre de 1951.

El Arreglo de Lisboa (1958), el Arreglo de Madrid (1883), el Acuerdo GATT (1995) que dio origen a la Organización Mundial del Comercio (OMC), en palabras de Carlos Octavio Mitelman, abogado especializado en Propiedad Industrial:

“...El propósito es evitar el mal uso de la denominación de origen y una eventual transformación en una denominación genérica, ya que afectaría a productores y consumidores. Esto demuestra la preocupación a nivel mundial para lograr una sana política de protección a los signos distintivos y a la sana competencia. Ello incluye la represión de nombres geográficos para identificar a un producto que no ha sido realmente elaborado en el lugar que por sus condiciones geográficas le brinda sus particulares rasgos”. (2000)



- **Foro de Cooperación Económica del Asia-Pacífico (APEC):**

El Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC, por sus siglas en inglés) fue establecido en noviembre de 1989 y tiene como objetivo principal apoyar el crecimiento económico y la prosperidad en la región de Asia y el Pacífico. Para ello, el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) trabaja conforme a 3 pilares: liberalización del comercio e inversiones, facilitación de los negocios y cooperación económica y técnica.

“Los acuerdos en APEC son voluntarios y las decisiones que se toman son alcanzadas por consenso. Cada año una de las economías miembro del foro asume voluntariamente la Presidencia de APEC y por ende la responsabilidad de ser sede de las reuniones.”

(Ministerio de Comercio Exterior y Turismo , s.f.)

En el año 2019, en la ciudad de Santiago de Chile, se reunieron un grupo de expertos en Derecho de Propiedad Intelectual del APEC, para compartir información sobre estrategias de propiedad intelectual. En dicho foro se discutió el impacto de la propiedad intelectual en el crecimiento económico, así como de los problemas a los que se enfrenta, siendo el más grande la piratería. Para esto, el grupo de especialistas consideró que el foro es una gran oportunidad para el diálogo positivo, el intercambio de información y la entrega de proyectos, y de esta forma encontrar puntos en común.

- **Tratado Integral Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP):**

El Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (por sus siglas en inglés CPTPP) es el acuerdo sucesor del Tratado de Asociación Transpacífico (TPP), resultado de una reunión entre los ministros de Comercio de los países firmantes del TPP en mayo de 2017.

“El CPTPP constituye un nuevo tratado regional de libre comercio que considera los principios y contenidos contemplados en el anterior TPP, y que además conserva sus altos estándares, nivel de equilibrio, materializa sus beneficios, y alcanza los mejores términos de entendimiento



para los intereses de las once economías partes que, ahora sin Estados Unidos, suspendieron algunas de las iniciativas que habían sido promovidas por este país.” (Vargas Cárdenas, 2018).

En el 2018, el ex ministro de Comercio Exterior y Turismo, Eduardo Ferreyros, comunicó que el Perú formaba parte del Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP). Refiriéndose a este como el acuerdo comercial con mayor trascendencia en el orbe ya que abarcaría a 11 de las economías más significativas y dinámicas del mundo.

Este tratado incluye a la Propiedad Intelectual y exige de cada país miembro acoplar sus legislaciones en la materia, de esta manera se estandariza el ecosistema de propiedad intelectual e industrial ya que contribuye a la promoción de la innovación tecnológica y a la transferencia y difusión de la tecnología, favoreciendo el bienestar social, económico y el equilibrio de derechos y obligaciones. Asimismo, este tratado prevé las siguientes modificaciones para la protección de marcas que serán aplicables en los países socios:

“Una nueva definición que amplía su alcance de protección a las marcas “no tradicionales” como lo son las marcas sonoras, holográficas y olfativas. Asimismo, la inclusión de la figura de “Distintividad Adquirida”. Por otro lado, otorga protección a las indicaciones geográficas como marcas de certificación. También incorpora un periodo de alegatos en la etapa de “Oposición” del procedimiento. Finalmente, se establecen nuevas reglas en temas de marcas y de litigio y, se establecen nuevos plazos para la solicitud de nulidad de registros por distintos supuestos.” (Gonzalez de la Mora, 2018)

“La piratería, la asociación y descalificación de marcas reconocidas, el secuestro de marcas y el uso de elementos sin distintividad que generan confusión en el consumidor, son problemas que serán combatidos gracias a las modificaciones ya que brindarán seguridad y certeza.” (Gonzalez de la Mora, 2018).



### **2.2.3.3. Denominaciones de origen internacionales y sus procedimientos de obtención.**

#### **2.2.3.3.1. Denominaciones de Origen en Francia.**

Francia es el país que cuenta con mayor cantidad de denominaciones de origen reconocidas, entre estas, bebidas y productos relativos, productos alimentarios y productos no alimentarios. Es el AOC (Appellation d'Origine Contrôlée) que en español significa Denominación de Origen Controlada, la entidad que regula las Denominaciones de origen en Francia, protegiendo el origen y la calidad del producto.

Según el Buscador “Lisbon Express” de la Organización Mundial de la Propiedad Industrial, Francia cuenta con 569 bebidas reconocidas como denominaciones de origen, 60 productos alimentarios y productos relacionados y 6 productos no alimentarios, de los cuales podemos resaltar:

- El queso Roquefort: Es un queso de leche de oveja, considerado el rey de los quesos y el queso de los reyes. Un orgullo para la gastronomía francesa, por el sabor y además, por la bella historia que le dio origen.

La leyenda recuerda a un pastor que abandona su rebaño de ovejas de Lacaune, así como su comida, panes y leche cuajada en las bodegas de Cambalou, todo por seguir a su dama. A su regreso, el moho, había cubierto el pan y metamorfoseado la leche cuajada en un queso azulado. Así nació el Roquefort.

El queso Roquefort fue la primera denominación de origen, reconocida en 1925 por el Parlamento de Toulouse.

El rey Carlos, amante de este queso elaborado con leche de oveja, concedió el monopolio de la maduración a la ciudad de Roquefort-sur-Soulzon e hizo de las bodegas de Roquefort un espacio protegido. Las bodegas son el único entorno que permite el desarrollo del moho del Roquefort. El *Penicillium Roqueforti* se produce a



partir de pan de centeno cocido a muy altas temperaturas en los hornos de la bodega Papillon del pueblo de Roquefort. Hoy en día, el Roquefort está presente en casi todas las tablas de quesos. (Les AOP laitières françaises, 2013)

- Champagne: Es un vino espumoso y burbujeante proveniente del noroeste de Francia. Conocedores de este vino atribuyen su creación al monje benedictino francés, Dom Pierre Pérignon, a quien, a finales del siglo XVII, a escasos kilómetros de Epernay, en la región de Champagne, al norte de Francia, pusieron a cargo de la bodega de la abadía de Hautvillers. Dom Pierre Pérignon, monje benedictino, tuvo un rol importante en la historia del champagne por contribuir en el arte del ensamblaje de uvas de diferentes variedades y viñedos, por incluir técnicas de elaboración novedosas como la producción de vinos blancos, la introducción del tapón de corcho y el uso de botellas más gruesas de vidrio inglés.

Actualmente, existen 7 variedades de uva autorizadas para la elaboración del Champagne, las 3 principales que constituyen casi la totalidad del viñedo son el Pinot Noir, Meunier y Chardonnay. Las otras 4 variedades restantes son el Blanc, Pinot Gris y Petit Meslier, que son minoritarias.

El Champagne fue reconocido como Denominación de Origen desde 20 de diciembre de 1967.

- Mouchoirs de Cholet: O pañuelos de Cholet, se trata de una tela cosida y tejida en Cholet, una ciudad francesa situada en el departamento de Maine y Loira. El nacimiento de estos tejidos se remonta a las guerras de Vendée (guerra civil entre los partidarios de la revolución francesa y los contrarrevolucionarios). Cuenta la historia que un joven general, se ató pañuelos blancos en todo el cuerpo y los enemigos lo sindicaron como el hombre a matar, un “blanco fácil”. El joven general pasó a la historia como un héroe, que años más tarde, en 1900, fue inspiración para la canción «Le Mouchoir Rouge de



Cholet» (los pañuelos rojos de Cholet), la cual se convirtió en un éxito y a su vez, inspiró a un tejedor de Cholet a crear estos pañuelos rojos. Se reconoció como denominación de origen en 1968 y actualmente es una compra obligatoria al pasar por Cholet. (VenD1, s.f.)

#### **2.2.3.3.2. Denominaciones de Origen en Italia.**

El sistema de denominaciones de origen en Italia se divide en a) Denominaciones de origen controlada y; b) Denominaciones de origen controlada y garantizada. Para que un producto tenga la denominación de Origen controlada, los interesados deben solicitarlo a la región a la que pertenecen, seguidamente tienen que pasar por exámenes que midan la calidad del producto en cuestión y aprobados estos exámenes, es el Ministerio de Agricultura y Bosques quien determina si obtiene la denominación de origen controlada, y se oficializa por un decreto presidencial. (Studio Legale Saglietti Bianco, 2019)

Para solicitar el reconocimiento de una denominación de origen controlada y garantizada, el producto tiene que haber sido una denominación de origen controlada por al menos 5 años, pasado este tiempo el producto es sometido a exámenes aún más rigurosos, en el que se mide la calidad, reconocimiento nacional e internacional, factores naturales, históricos y humanos. Actualmente, Italia cuenta con 86 bebidas y productos relativos; y 88 productos alimentarios y relacionados, todos registrados en el sistema de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Los más conocidos son:

- Queso parmesano: “El queso Parmigiano Reggiano, se produce en Italia. La historia señala su origen en los monasterios y castillos de la Diócesis de Parma, ubicados en la provincia de Reggio Emilia, de ahí su nombre. El queso se produce con leche obtenida de 4.000 ganaderías aproximadamente, cuyas vacas se alimentan con pastos y forrajes producidos en la región”. Su registro fue solicitado en 1969 ante la Organización



Mundial de la Propiedad Intelectual, aunque su protección nacional data de 1955, por el Decreto 1269 del Presidente de la República italiana. (Velsid, 2011)

- Chianti: El Chianti es un tinto seco con aroma a cerezas y violetas, reconocido como denominación de origen controlada y garantizada; un título que muy pocos vinos italianos obtienen, pues es significado de excelente calidad. El Chianti es uno de los vinos italianos más famosos en todo el mundo, su existencia data desde 1398 y en 1716 Cosme de Médici otorga a este vino el reconocimiento jurídico regulando su producción. Desde ese entonces, el área delimitada de producción del Chianti se ha ido extendiendo y hoy comprende una gran parte del centro de la Toscana.

En 1967, fue publicada la primera normativa nacional que protege esta denominación, sin embargo su protección y reconocimiento ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual es desde el 18 de diciembre de 2015.

#### **2.2.3.3.3. Denominaciones de origen en Colombia y su procedimiento de obtención.**

En Colombia, la institución competente para otorgar denominaciones de origen es la Superintendencia de Industria y Comercio - SIC. A diferencia de Perú, la declaración de una denominación de origen tiene una vigencia de 10 años, que puede ser renovada. “Al ser un derecho colectivo, el Estado Colombiano es el titular en cabeza de la SIC, pero esta puede delegar la "administración" de la denominación de origen a entidades públicas o privadas que representen a las personas que se dedican a la extracción, producción o elaboración de los productos identificados con la denominación de origen.” (Gobierno de Colombia, s.f.)

El procedimiento para la obtención de una Denominación de Origen en Colombia, es regido por la Decisión 486 de la Comunidad Andina, siendo el siguiente:





- Se debe presentar un formulario con información de los nombres de los solicitantes, es decir, las personas naturales o jurídicas que solicitan la declaración de protección con su correspondiente identificación.
- Cuando el solicitante es una asociación de productores, elaboradores, transformadores o extractores, o la unión de unos o varios de ellos, se debe presentar la acreditación del legítimo interés.
- Cuando el solicitante sea una autoridad política como el alcalde Municipal, la solicitud debe acompañar el acto oficial de designación y posesión de la autoridad o dignatario, y la información referente a los productores y asociaciones que puedan ser los potenciales beneficiarios de la declaración de protección de las denominaciones de origen.
- Cuando el solicitante es una persona natural o jurídica individual, se debe presentar el estatuto de la fundación de la empresa o un documento que acredite que, al momento de la solicitud, el solicitante es la única persona que se dedica a la elaboración, o extracción en el lugar geográfico indicado. Acreditar que, en un futuro, terceros que cumplan con los estándares de producción, extracción, o elaboración podrán solicitar una autorización de uso.
- Indicación de la Denominación que será objeto de protección, debe contener el nombre del lugar geográfico.
- Acreditar que la zona geográfica goza de reputación, historia o tradición en el comercio.
- La descripción y delimitación de la zona geográfica de la cual proviene el producto.
- Indicar qué proceso se realiza en la zona indicada, puede ser: obtención, producción, extracción, elaboración, transformación. Describiendo aspectos naturales y humanos o de cualquier otra índole que contribuyeron a que los productos sean una potencial denominación de origen.



- Las características del producto.
- Constancia de pago de las tasas legales ante la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Una vez se genere la solicitud con los requisitos anteriormente detallados, se efectúa un examen de forma de los mismos y posteriormente la solicitud es publicada en una gaceta oficial de propiedad industrial, con el fin de que terceros tengan la posibilidad de presentar observaciones u oposiciones al registro. Cuando se está en el plazo de presentar observaciones, se adelanta un examen de fondo, que determina la expedición de una resolución a cargo de la Superintendencia de Industria y Comercio, concediendo o negando el registro. El trámite suele ser de 6 meses a un año, dependiendo de si se formulan oposiciones o no.

Según la Superintendencia de Industria y Comercio, Colombia tiene 28 denominaciones de origen declaradas, las cuales están clasificadas en: 1) Café: café de Colombia, café de Nariño, Café de Cauca, Café de Huila, Café de Santander, Café de la Sierra Nevada y Café de Tolima. 2) Agroalimentario: Cholupa del Huila, Queso de Caquetá, Queso Pipa, Bizcocho de Achira del Huila, Arroz de la meseta de Ibagué, Bocado Veleño, Cangrejo negro de Providencia. 3) Flores: Rosa de Colombia, Clavel de Colombia y Crisantemo de Colombia. 4) Artesanales: Sombrero Aguadeño, Sombreros de Sandoná, Sombrero Suaza, Cerámica artesanal de Ráquira, Cerámica del Carmen de Viboral, Chiva de Pitalito, Mopa Mopa de Barniz de Pasto, Cerámica Negra de la Chamba, Cestería en Rollo Guacamayas, Tejeduría Zenú, Tejeduría Wayúu, Tejeduría San Jacinto.

- **Tejeduría San Jacinto:**

Son tejidos reconocidos por su resistencia, calidad y colores, cuya estructura es estable y resistente ya que está compuesta por urdimbre y trama. Es elaborado en San Jacinto Bolívar, en el departamento de Bolívar, que dista a 120 Km de la capital departamental de Cartagena de



Indias, Colombia. Esta denominación de origen fue reconocida por la Superintendencia de Industria y Comercio, mediante Resolución N° 70849, de fecha 06 de diciembre del 2011.

Para determinar si correspondía declarar la protección del producto se consideró si este goza de una reputación, calidad u otras características que se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el que se produce, incluyendo los factores humanos y naturales.

Respecto de los factores naturales, es el algodón el material principal para elaborar el producto, el cual es sometido a un proceso de lavado para que sea tinturado posteriormente. Este proceso es considerado importante, pues depende mucho del tiempo que el algodón se ha remojado para que exista un buen registro del color. Según la Resolución N° 70849 del 2011: “Las artesanas de San Jacinto conservan las técnicas y tradición de los tejidos para la elaboración de sus diferentes tejidos, del cual elaboran los mejores tejidos de algodón y tejidos textiles”



Fuente: (Agámez Pájaro, 2016)

#### **2.2.3.3.4. Denominaciones de origen en Chile y su procedimiento de obtención.**

En Chile, el Instituto Nacional de Propiedad Industrial – INAPI es el organismo encargado de la atención y administración de los servicios de la propiedad industrial. Las indicaciones geográficas y denominaciones de origen se regularán por la ley N° 19.039, Ley de Propiedad Industrial y por los reglamentos específicos.

El título IX de la ley N° 19.039, desarrolla el procedimiento para solicitar el registro de una indicación geográfica o denominación de origen, en el siguiente sentido:



“- Podrá solicitar el registro de una Indicación Geográfica o Denominación de Origen, cualquier persona natural o jurídica que represente a un grupo considerable de productores, artesanos o fabricantes cuyos establecimientos de producción se encuentra dentro de la zona delimitada. Por otro lado, también pueden solicitar las autoridades comunales, provinciales, regionales o nacionales, cuando se trate de indicaciones geográficas o denominaciones de origen ubicadas dentro de los territorios de sus respectivas competencias.

- La solicitud de reconocimiento deberá contener: a) el nombre, domicilio y actividad del solicitante, b) el área geográfica de producción, extracción, transformación o elaboración del producto que se distinguirá, c) la descripción detallada del producto, d) el estudio técnico elaborado por el profesional especialista competente y e) un proyecto de reglamento específico de uso y control.
- En caso sean productos silvoagropecuarios y agroindustriales, se requerirá un informe favorable del Ministerio de Agricultura respecto del cumplimiento de las exigencias que se encuentren en el reglamento.
- La resolución que otorgue el registro señalará: a) la indicación geográfica o denominación de origen reconocida, b) la zona geográfica delimitada, c) los productos reconocidos y sus cualidades o características y d) la calificación de conformidad con el mérito de los antecedentes acompañados.
- La resolución aprobará y ordenará el registro del reglamento específico de uso y control.
- El reconocimiento de una indicación geográfica o denominación de origen tendrá duración indefinida.
- Todos los artesanos, fabricantes o productores que realizan su actividad dentro de la zona geográfica delimitada, inclusive aquellos que no solicitaron el reconocimiento, tendrán derecho a usar la indicación geográfica o denominación de origen, siempre que cumplan con las disposiciones que regulan el uso de las mismas. Quienes cumplan lo dispuesto, podrán usar en la identificación del producto la expresión “Indicación Geográfica” o “Denominación de Origen” o las iniciales “I.G.” o “D.O.”.



- Quienes a) maliciosamente designen un producto del mismo tipo de los protegidos por una indicación geográfica o denominación de origen registrada, sin tener derecho a hacerlo; o, b) con fines comerciales, usen las indicaciones correspondientes a una indicación geográfica o denominación de origen no inscrita, caducada o anulada, o las simulen; o c) con fines comerciales, hagan uso de envases o embalajes que lleven una indicación geográfica o denominación de origen registrada, sin tener derecho a usarla y sin que ésta haya sido previamente borrada; serán condenados a pagar una multa a beneficio fiscal de 25 a 1.000 unidades tributarias mensuales.”

Por otro lado, y, sin perjuicio de las disposiciones anteriormente mencionadas, en las denominaciones de origen que identifiquen vinos y bebidas espirituosas (Pisco, Pajarete y Vino Asoleado), y las que se refieren a la zonificación vitícola, prevalecerá las normas específicas contenidas en la ley N° 18.455.

En Chile, hay 5 productos reconocidos como Denominación de Origen: Sal de Cáhuil – Boyeruca Lo Valdivia, Alfarería de Pomaire, Alfarería de Quinchamalí, Prosciutto de Capitán Pastene y Chamantos y mantas corraleras de Doñihue.

Éste último son tejidos de hilo de algodón mercerizado, conocido como “hilo chamantero” que es elaborado a telar. Una tejedora reputada necesita alrededor de seis meses de trabajo para elaborar un chamanto. Los chamantos y mantas corraleras de Doñihue gozan de una extensa historia que data desde el siglo XX que “los han colocado en el más alto nivel dentro de las artesanías chilenas, pues un buen chamanto puede llegar a cotizarse en cuatro mil dólares. Los más refinados hacendados pagan con gusto esa suma para luego exhibirlo con elegancia.”

(Castro San Carlos, Mujica, & Cussen, 2017)



Fuente: (Moncada Zilleruelo, 2012)

#### **2.2.3.3.5. Denominaciones de origen en México y su procedimiento de obtención.**

En México, el organismo competente para recibir solicitudes para la declaración de Denominaciones de Origen es el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual - IMPI. La titularidad de la denominación de origen es del Estado Mexicano, la vigencia está condicionada a la subsistencia de las condiciones que motivaron el reconocimiento de la denominación de origen en primer lugar.

Según la Ley de Propiedad Industrial mexicana, la solicitud debe contener lo siguiente:

I.- Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante. Si es persona moral deberá señalar, además, su naturaleza y las actividades a que se dedica;

II.- Interés jurídico del solicitante;

III.- Señalamiento de la denominación de origen;

IV.- Descripción detallada del producto o los productos terminados que abarcará la denominación, incluyendo sus características, componentes, forma de extracción y procesos de producción o elaboración. Cuando sea determinante para establecer la relación entre la denominación y el producto, se señalarán las normas oficiales establecidas por la Secretaría de



- Comercio y Fomento Industrial a que deberán sujetarse el producto, su forma de extracción, sus procesos de elaboración o producción y sus modos de empaque, embalaje o envasamiento;
- V.- Lugar o lugares de extracción, producción o elaboración del producto que se trate de proteger con la denominación de origen y la delimitación del territorio de origen, atendiendo a los caracteres geográficos y a las divisiones políticas;
- VI.- Señalamiento detallado de los vínculos entre denominación, producto y territorio, y
- VII.- Los demás que considere necesarios o pertinentes el solicitante.”

Una vez presentada la solicitud, el Instituto Mexicano de Propiedad Intelectual tiene un plazo de 6 meses para responder. Si la solicitud cumple con los requisitos, esta es publicada en el Diario Oficial para que terceros puedan oponerse, generar observaciones y objeciones. Si se otorga la protección como denominación de origen, esta se encuentra sujeta a modificaciones de la declaración de protección de la denominación de origen, justificando su interés jurídico y los cambios que se pretenden hacer. La autorización de uso se puede otorgar por un plazo de 10 años, renovable por el mismo tiempo.

Actualmente, México cuenta con 18 productos reconocidos como Denominación de Origen, entre alimentos, bebidas y productos artesanales. Éstos son los siguientes:

- Alimentos: el Arroz del Estado de Morelos, el Cacao de Grijalva, el Café Veracruz, el Café Chiapas, el Café Pluma, el Chile Habanero de la Península de Yucatán, el Mango Ataúlfo del Soconusco Chiapas, la Vainilla de Papantla y el Chile de Yahualica.
- Bebidas: la Bacanora, la Raicilla, la Charanda, el Mezcal, el Sotol y el Tequila.
- Productos artesanales: Talavera, el Olinalá y el Ámbar de Chiapas.
- **Talavera:**

La Talavera es un tipo de mayólica que proviene de los estados de Puebla y Tlaxcala, considerada una de las artesanías más distinguidas por su fina manufactura.





Los colores empleados son el malva, azul, verde, amarillo, naranja y negro. La tradición de su manufactura se remonta al siglo XVI, manteniéndose el procedimiento de elaboración desde la época virreinal.

“Existe un Consejo Regulador de la Talavera, cuyo objetivo es preservar la elaboración de la Talavera como un bien patrimonial de Puebla, tal como lo trajeron los españoles durante la conquista y que fue enriquecido localmente por la tradición alfarera con que siempre ha contado el pueblo mexicano. En la misma se recomienda lo que debemos solicitar al vendedor a la hora de comprarla: el certificado vigente, holograma y la denominación de origen DO4.” (Alfani Cazarin, 2019)



Fuente: (Carta de Mexico, 2014)

#### **2.2.3.3.6. Denominaciones de origen en España y su procedimiento de obtención.**

En España, es la Oficina Española de Patentes y Marcas el organismo encargado de intervenir en el reconocimiento de los derechos de propiedad industrial y en el registro de la propiedad intelectual. La titularidad es de dominio público estatal y no puede ser objeto de apropiación individual. Las solicitudes sólo podrán ser presentadas por agrupaciones que trabajen con los productos cuyo nombre vaya a registrarse. Dicha solicitud podrá presentarse en la Comunidad





Autónoma de donde el producto pertenece, si el producto a solicitar abarca dos Comunidades Autónomas, entonces se solicita al Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, Dirección General de la Industria Alimentaria.

Para el reconocimiento de una determinada Denominación de Origen Protegida (DOP) o a una Indicación Geográfica Protegida (IGP), el producto debe ajustarse a un pliego de condiciones que deberá incluir los siguientes requisitos:

- A. “El nombre con la denominación de origen o la indicación geográfica.
- B. La descripción del producto y las principales características físicas, químicas, microbiológicas u organolépticas.
- C. La delimitación de la zona geográfica.
- D. Los elementos que prueban que el producto es originario de esa zona geográfica.
- E. Los elementos que justifican el vínculo entre el producto y el medio geográfico.
- F. La descripción del método de obtención del producto y, en su caso, los métodos locales, cabales y constantes, así como información sobre el envasado realizado en la zona geográfica delimitada para salvaguardar la calidad o garantizar el origen o asegurar el control.
- G. El nombre y la dirección de las autoridades u organismos encargados de verificar el cumplimiento de lo indicado en el pliego de condiciones.  
Cualquier norma específica de etiquetado para el producto en cuestión.
- H. Posibles requisitos que deban cumplirse en virtud de disposiciones comunitarias o nacionales.” (Santamaria, 2015)

Observamos que España cuenta con 102 denominaciones de origen protegidas a la fecha, lo peculiar es que se tratan de productos agroalimentarios y vinos. Teniendo en cuenta que el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente se ve inmerso en el trámite, uno de los objetivos más importantes es fomentar la diversificación de la producción agrícola, dejando de lado los productos de origen no alimentarios como serían las artesanías.



## **2.2.4. Los Textiles de Chinchero como potencial Denominación de Origen.**

### **2.2.4.1. Chinchero.**

#### **2.2.4.1.1. Ubicación geográfica y clima.**

Se dice que el nombre del distrito de Chinchero proviene de la voz quechua “de Sinchi” que significa “capitán, hombre valiente”. Este distrito se ubica en el departamento de Cusco, en la provincia de Urubamba, a 28 km noroeste de la ciudad del Cusco, a una altitud de 3.754 m.s.n.m. Limita por el norte con el distrito de Huayllabamba, por el sur con el distrito de Cachimayo, por el este con la provincia de Calca y con el distrito de Coya y, por el oeste con el distrito de Maras y Anta. Se encuentra entre la región quechua y puna. Como fuentes hídricas tienen a la laguna Piuray y la laguna de Huaypo.

Su creación política data del 09 de septiembre de 1905 y cuenta con una superficie de 94.57 km<sup>2</sup>. Está conformado por una zona urbana y 14 comunidades, con una población de 12,298 habitantes. (INEI - Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2020)

El clima en Chinchero, es típico de la zona andina, puede observarse dos estaciones muy marcadas; la estación seca (durante los meses de abril y octubre) en la que la temperatura oscila entre los 3°C y 18°C; y la estación de lluvias (durante noviembre y marzo), en la que la temperatura se encuentra entre -0°C y 17°C.

#### **2.2.4.1.2. Antecedentes históricos.**

Según los cronistas de la época que mencionan a Chinchero, cuentan que Túpac Yupanqui, hijo de Pachacutec, escogió para sí el Valle de Chinchero a título de propiedad y edificó en él amplios palacios y canchas, también fueron suyas las zonas de Urcos y de Huayllabamba. Se dice que el sitio arqueológico de Chinchero cumplía la función de despensa de la capital además de ser conocido como la hacienda real de Túpac.

Sarmiento de Gamboa cuenta que habiendo “Tupac Inca Yupanqui visitado y repartido las tierras y hecho las fortalezas del Cuzco, fue a Chinchero, un pueblo cerca del Cuzco, donde él



tenía casas para su recreación y mandó a hacer grandes heredades para su cámara. Y acabadas de hacer, adoleció de grave enfermedad y no quería ser de nadie visitado” (Sarmiento de Gamboa, 1572). Fue en Chinchero donde designó como su heredero a Tito Cusi Gualpa.

Sin embargo, se dice que la accesibilidad a Chinchero no era la más sencilla. Para poner en contacto la Ciudad del Cusco y Chinchero de forma más eficiente y eficaz, se tuvo que bordear el cerro de Chinchero por el lado sur e internándose por Coper y Tauca en busca de Saqsayhuaman, resultando éste un camino corto, aunque más escarpado y difícil.

“Los sagaces gobernantes cusqueños dividieron y separaron en tres grupos los diversos ayllus Ayarmacas, con el fin de restarles posibilidades de rebelarse y de retornar a su antigua pujanza. En tiempos virreinales, después de las reducciones de Toledo, habitaron en Pucyura, Chinchero y San Sebastián, allí es donde son nombrados en los documentos coloniales. Actualmente, olvidado ya su antiguo poderío, forman comunidades campesinas reconocidas oficialmente en 1923.” (Callañaupa Alvarez, *Textile Traditions of Chinchero: A Living Heritage: Tradiciones Textiles de Chinchero: Herencia Viva*, 2012, pág. 7).

Mateo Garcia Pumacahua Chihuantito nació en el pueblo de Chinchero, hijo legítimo de don Francisco Pumacahua Inca y doña Agustina Chihuantito, ambos naturales del Ayllu Pongo Ayamarca. Si bien no es posible establecer con exactitud la fecha de nacimiento, podemos afirmar que fue alrededor de 1740.

Al morir su padre en 1770, Mateo Pumacahua recibió el nombramiento de cacique y gobernador interino de Chinchero cuando contaba con 30 años de edad. Tres años después, fue nombrado capitán de la compañía de indios nobles de esa localidad.

#### **2.2.4.1.3. Actividades principales de producción.**

Dentro de las actividades más importantes, se encuentra la ganadería, la agricultura y durante los últimos años, la actividad turística.



- **Agricultura:**

La agricultura es una de las principales actividades económicas - productivas para sus habitantes, se cultiva principalmente papas, ollucos, ukas, quinua, habas, cebada, trigo, avena, y durante la helada el chuño y la moraya, que son papas deshidratadas.

“La agricultura se caracteriza por ejemplo de técnicas y herramientas ancestrales, se da uso intensivo a la mano de obra familiar y se practica las relaciones ancestrales del ayni y la minka”

(Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR, 2020, pág. 167).

- **Ganadería:**

La actividad ganadera es principalmente para autoconsumo. Entre los animales que poseen para la crianza, están los vacunos, porcinos y ovinos, los cuales son criados en áreas de pastos naturales. “Para alimentar sus animales en tiempos secos, los pobladores se estoquean los tallos de la cebada, avena y trigo, en el contorno de sus casas, la cual paulatinamente van sacando para alimentar sus animales.” (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR, 2020, pág. 168).

Por otro lado, Rostworowski (2017) dice que “No hubo en el ámbito andino un animal tan útil como la llama. Los usos que se le atribuyeron fueron multiples: su lana se empleó para las prendas comunes llamadas *abasca*, junto con el algodón en la costa fueron las fibras de la ropa de la gente común, mientras que la lana de vicuña y de alpaca se usó para confeccionar los textiles más lujosos y finos llamados *cumbi*.” (Rostworowski de Diez Canseco, 2017, pág. 269)

- **Recurso turístico:**

Durante los últimos años, la actividad turística se ha incrementado por el flujo de visitantes quienes encuentran un gran atractivo en las calles y casas que conservan la arquitectura inca. Asimismo, en Chinchero podemos encontrar el complejo arqueológico de Chinchero y un templo colonial con pinturas murales y cuadros de la escuela cusqueña. Construido en 1607



sobre los muros del Palacio del Inca Túpac Yupanqui. En la plaza de Chinchero se encuentra la Casa de Mateo Pumacahua y el Museo de Sitio.

Chinchero es conocido por su mercado dominical en el cual aún se practica el intercambio de productos denominado “Trueque”, una forma tradicional de comercio Inca; además se encuentra el mercado artesanal donde se expenden productos artesanales hecho por los lugareños, quienes visten con sus vestimentas tradicionales

Este mercado artesanal tiene lugar en la plaza principal de Chinchero los días domingo. Desde muy temprano llegan vendedores de distintas poblaciones como Urubamba, Yucay, Huayllabamba, Chichubamba, Chaqwar, Chicón, Huayocari Huychu, Urquillos y otras a ello se complementan los lugareños de Chinchero y sus comunidades, para expender sus productos agrícolas y artesanales.

“El trueque se realiza entre los siguientes productos:

- Los chincheros ofrecen papa, chuño, haba, oca, lisas, trigo, cebada, quinua y tarwi.
- Los urubambinos llevan hojas de coca, café, hortalizas, pan de harina.
- Los marasinos llevan consigo: sal, maíz de jora.
- Los yucainos con nísperos, duraznos, cerezos, peras, maíz, repollo, calabaza, zapallo, Milán, verduras y rocotos. .
- Los de Huayllabamba proveen de rocoto, maíz de todo tipo y frutas.
- Los cusqueños llevan ropas, chicha de quinua, pan, etc.
- Los de Chicón y Chichubamba llegaban con capulí y verduras.
- Urquillo, Huayocari y Huychu llevaban frutas, repollo y maíz” (Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR, 2020, págs. 168, 169).



## 2.2.4.2. Textiles de Chinchero

### 2.2.4.2.1. Reseña histórica

El tejido en el Perú, es un legado que tiene una existencia de más de 2000 años de antigüedad. La fineza y calidad de los textiles peruanos han sido siempre una obra de paciencia, conocimiento y habilidad de los tejedores. El Inca Garcilaso de la Vega menciona que:

“La ropa, en toda la serranía, la hacían de la lana que el Inca les daba de sus ganados y del Sol, que era innumerable [...] Hacían tres suertes de ropa de lana, la más baja, que llamaban *auasca*, era para la gente común. Otra hacían más fina que llaman *compi*; de esta vestía la gente noble como eran capitanes y curacas y ministros, hacíanla de todos los colores y labores con piene, [...] Otra ropa hacían finísima, del mismo nombre *compi*; esta era para los de la sangre real, así capitanes como soldados y ministros regios, en la guerra y en la paz” (Garcilaso de la Vega, 1609, pág. 263)



Fuente: (Huamán Poma de Ayala, 2017, pág. 215)

De la misma forma se menciona que las mujeres se convirtieron en grandes amigas del tejido, y enemigas del tiempo libre. Cuando estas tenían que desplazarse a otros lugares llevaban con ellas recaudo con dos formas de hilado y torcido de la lana, y posteriormente iniciaban el tejido en sí.



Asimismo, en el norte del Perú, “la producción textil es una actividad básicamente femenina y por ello está directamente relacionada con la fertilidad: hay una clara relación entre el inicio de la actividad en las tejedoras con la edad en la que aparece la menstruación” (Gutiérrez, 2016), pues se dice que la mujer tejedora en el norte del Perú, era separada de las demás durante su primera menstruación, en este tiempo ella hilaba y tejía las ropas de su futuro marido. El ritual era muy importante, pues las herramientas con las que tejía no podían ser tocadas por nadie a excepción de ella.

Sin duda, la actividad textil se remonta desde los inicios de la civilización, es un conocimiento que se ha mantenido vivo generación tras generación, que pese al tiempo transcurrido se ha convertido es una forma de expresión, en un lenguaje gráfico que era utilizado en rituales, ceremonias, política y en la sociedad en sí.

#### **2.2.4.2.2. Conocimiento tradicional.**

El conocimiento tradicional, es un elemento vivo producido por el intelecto humano dentro de una comunidad indígena o local, forma parte de la experiencia, capacidades y prácticas y es mantenido y transmitido de generación en generación. “Están estrechamente ligados a la noción del territorio, y representan un concepto complejo que la noción occidental de protección de la propiedad intelectual no cubre” (Oehlerich de Zurita, 1999, pág. 28). Los conocimientos tradicionales, tienen una importancia cultural, científica, ambiental y económica, por lo que su protección es sumamente importante, de esta manera pueden preservarse, ser reconocidas y respetadas por la sociedad. Ahora bien, la propiedad intelectual si bien es de carácter territorial, también tiene un interés normativo marcada por una dimensión internacional, esto permite un funcionamiento coordinado entre los sistemas nacionales para el reconocimiento internacional, se debe resaltar que la propiedad intelectual ofrece una protección sólo contra el uso no deseado, uso indebido o explotación comercial de estos conocimientos y no para la



preservación y conservación del conocimiento tradicional, sin embargo hay otros mecanismos que sí abarcan estos dos conceptos, por ejemplo:

- El Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes del año 1998. En este convenio se reconocen las industrias rurales y comunitarias, la artesanía y las actividades tradicionales relacionadas con la economía de subsistencia de los pueblos indígenas por ser factores importantes del mantenimiento de su cultura y autosuficiencia.
- Recomendación de la UNESCO sobre la salvaguardia de la cultura tradicional popular del año 1989.
- El Convenio sobre la Diversidad Biológica de 1992, el cual reconoce el valor de los conocimientos tradicionales y menciona que deberán ser preservados y respetados.
- Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales del año 2005, el cual reconoce la importancia de los conocimientos tradicionales como fuente de riqueza material e inmaterial.
- Declaración de las Naciones Unidas sobre los pueblos indígenas de 2007, el cual establece que los pueblos indígenas tienen derecho a controlar, proteger, mantener y desarrollar su patrimonio cultural.
- Protocolo de Nagoya sobre acceso a los recursos genéticos y la participación justa y equitativa en los beneficios que deriven de su utilización del año 2010. Dicho protocolo se planteó en respuesta a las preocupaciones que se plantean de larga data en países de desarrollo respecto de la biopiratería o la apropiación indebida de recursos y conocimientos tradicionales.

Cabe mencionar que el Perú responde a estos instrumentos internacionales, y además cuenta con una ley especial única a nivel de Latinoamérica y el Caribe, la Ley N° 27811, Ley que establece el régimen de protección de los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas





vinculados a los recursos biológicos, que tiene como objetivo promover la protección, la preservación, el respeto, la aplicación más amplia y el desarrollo de los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas así como garantizar que el uso de los conocimientos colectivos se realice con el consentimiento informado previo de los pueblos indígenas.

A todo esto, el procedimiento textil para la creación de los textiles de Chinchero es un conjunto de conocimientos tradicionales, desde el trasquilado de la lana, hasta el teñido de la misma, como a continuación detallaremos.

#### **2.2.4.2.3. El proceso textil.**

- **Trasquilado:**

Una de las principales fuentes alimenticias que aporta proteínas y nutrientes a las familias chincheras es la crianza del ganado ovino y de los camélidos sudamericanos, como la alpaca y la llama. Asimismo, estos animales también proveen la fibra de la lana utilizada en los tejidos y, por otro lado, sus huesos sirven como herramientas de uso textil.

“El trasquilado, es una costumbre de raigambre ancestral, mantenida con el paso de los años por su funcionalidad, siendo realizada en los meses de época de secas, comprendida desde octubre a diciembre. Manifestación cultural que inserta prácticas de la cosmovisión andina, expresado con el ritual del pago a la tierra en agradecimiento a la Pachamama.” (Yancaya Calvo, 2008, pág. 23).

- **Lavado:**

La lana es sometida al lavado mediante el uso de la raíz de la planta del Sachaparacay más conocida como Saqta. Las tejedoras indican que para obtener la raíz del Sachaparacay, hacen caminatas de 3 a 4 horas por las montañas de Chinchero. Muchos chincheros también la usan como shampoo.

“El lavado con agua tibia es un paso importante si buen teñido se desea obtener, dado que el pelo del animal está impregnado de grasa y suciedad” (Yancaya Calvo, 2008, pág. 23)



- **Hilado:**

La Phusca o rueca es un instrumento tradicional para obtener la calidad de hebras requerida, desde la lana más delgada que se usa para confeccionar mantas, pasadizos, ch'ullus y alfombras; la lana regular que se usa para confeccionar alfombras, chalinas, chumpis, ponchos; y, la lana gruesa con la que se confeccionan frazadas y sacas.

Existen dos opciones, cuando la Phusca va a la derecha se le denomina “S” y cuando va a la izquierda se le denomina “Z”:

“La gente de los Andes llama a estas posibilidades *pana* (hacia la derecha) y *lloq'e* (hacia la izquierda), y considera que sólo la hebra *pana* hacia la derecha es adecuada para los textiles comunes ya que la dirección inversa está imbuida de poderes mágicos y rituales. De este modo, aunque son partidarios de hilar en torsión S o Z, la gente de los Andes pasa la mayor parte de su vida trabajando sólo en una dirección, impartiendo a sus textiles una direccionalidad arbitraria.” (Franquemont, Franquemont, & Isbell, 1992)

Las tejedoras realizan esta actividad mientras caminan, en sus actividades del pastoreo e incluso, bailando. “La producción del hilo es de constante actividad porque demanda bastante tiempo; básicamente el hilado se realiza durante todo el círculo de la vida de la tejedora que, en la vejez de muchas de ellas, se convierte en la actividad principal, debido a que el telar de cintura y otras actividades requieren mayor esfuerzo físico” (Callañaupa Alvarez, Textile Traditions of Chinchero: A Living Heritage: Tradiciones Textiles de Chinchero: Herencia Viva, 2012, pág. 70).

- **Teñido:**

“Después que los tintes químicos fueran accesibles comercialmente, el teñido del hilo procesado a mano, con tintes naturales, desapareció de la región de Cusco por más de un siglo”



(Callañaupa Alvarez, 2009, pág. 54). Sin embargo, se revalorizó esta técnica ancestral y se empezó a practicarla constantemente desde mediados de los años 90.

NOMBRE LOCAL	EXTRACCIÓN	COLOR	NOMBRE CIENTÍFICO
<b>Anil, añil – índigo</b>	Follejaje	Azules	Indigófera suffruticosa Familia Fabaceae
<b>Chaphi</b>	Tallo	Melón	Galium aparine Familia Rubiaceae
<b>Checchi</b>	Raíz	Amarillo	Berberis carinata Familia Berberidaceae
<b>Ch'illka</b>	Hojas	Verdes	Baccharis caespitosa Familia Asteraceae
<b>Cochinilla</b>	Insecto	Rojos, rosados, morados	Dactylopius coccus Familia Dactylopiidae
<b>Kiku</b>	Flores	Amarillos	Bidens andicola Familia Asteraceae
<b>Qólle</b>	Flores	Amarillos	Buddleja coriacea Familia Loganiaceae
<b>K'uchu o kinsa</b> <b>Kuchu y hongos</b>	Hongos	Verde turquesa	Baccharis genistelloides
<b>Molle</b>	Hojas	Amarillo	Schinus molle



			Familia Anacardiaceae
<b>Mot'e</b>	Frutos	Granate – marrón	Vaccinium floribundum
<b>Nogal</b>	Hojas y fruto	Marrones	Juglans neotropica Familia Juglandaceae
<b>Q'aq'a Sunkha</b>	Q'aq'a sunkha	Naranjado oscuro	Usnea barbata Familia Usneaceae
<b>Tayanka</b>	Hojas	Amarillo	Baccharis buxifolia Familia Asteraceae

Fuente: (Callañaupa Alvarez, 2012, pág. 77)

- **Torcido:**

“Es la actividad donde se une dos hebras de hilo, torciendo con el “kanti” (ruca grande) para que el hilo sea suficientemente fuerte para tejer. El proceso no requiere mucho esfuerzo porque ya no se calcula el grosor del hilo como en el hilado”. (Callañaupa Alvarez, 2012, pág. 80)

- **Urdido:**

“El proceso de urdido se realiza colocando las estacas en el suelo a la distancia del tamaño del tejido que se desea realizar, luego, después de la decisión previa acerca de los diseños, colores que utilizarán y la secuencia de las listas de la pieza que se tejerá, los urdidores se sientan junto a las estacas frente a frente y empiezan a pasarse el ovillo de hilo para sujetarlo a las estacas o al hilo adosado a ésta”. (Callañaupa Alvarez, 2009, pág. 54). Los hilos que se determinan en el urdido son los que definen los diseños, la trama queda oculta por los hilos de la urdimbre. Ni bien se termina el urdido, se inicia con el amarrado al telar para tejer.



- **El urdido de tipo vertical:**

“Se plantan dos estacas verticales en el suelo unidas en la parte superior por otra estaca horizontal, luego se amarra un hilo grueso adosado a cada estaca vertical, el mismo que sujetará todos los hilos de la urdimbre”. (Callañaupa Alvarez, 2009, pág. 55)

De esa forma, y según la secuencia y diseño decidido, las urdidoras se pasarán los ovillos hasta que el urdido quede concluido.

- **El urdido de tipo horizontal:**

“En este caso, se sujetan los hilos de la urdimbre en dos barras horizontales, cada barra amarrada a dos estacas plantadas en el piso, continuando con el proceso de urdido que va desarrollándose en forma plana, paralelo al suelo, hasta que la urdimbre se concluya”. (Callañaupa Alvarez, 2009, pág. 55)

- **Tejido:**

“El tejido es la acción de separar los hilos de la urdimbre alternadamente, levantando y bajando la mitad para luego pasar la trama entre estos son la ayuda del miñi (lanzadera) y ajustando con el ruki o wichuna. Para crear el diseño, el tejedor escoge los hilos de la urdimbre con los dedos, con el pallana k’aspi (palito), o con la ayuda del ruki. La calidad fina del tejido depende de la precisión del ajuste con el ruki”. (Callañaupa Alvarez, 2009, pág. 56)

#### **2.2.4.2.4. Expresión cultural tradicional.**

Las expresiones Culturales Tradicionales es la forma creativa en la que la cultura y los conocimientos tradicionales se manifiestan o expresan, pueden ser materiales o inmateriales, al igual que los conocimientos tradicionales, las expresiones culturales tradicionales se transmiten de generación en generación, reflejan la identidad cultural y social, son realizados por autores “desconocidos” o colectivos, y está compuesto por elementos característicos del



patrimonio de una comunidad. A menudo, tienen propósitos espirituales o religiosos, utilizan recursos naturales para la creación y reproducción.

En este caso en particular, el proceso textil que abarca el trasquilado de lana, el lavado, hilado y teñido son conocimientos tradicionales, mientras que el producto (puede ser una manta, liklla, poncho, pollera, etc) es la expresión cultural, así como la iconografía.

- **Iconografía:**

Como hemos aprendido, los incas no tuvieron un sistema de escritura como otras civilizaciones antiguas, su forma de comunicación era oral, sin embargo, desarrollaron técnicas de tejido en sus textiles que narran historias. Mediante la representación gráfica de la flora y fauna, se plasma el conocimiento adquirido a lo largo del tiempo. La iconografía de Chinchero se basa en la representación de flora y fauna de la zona, así como algunos sucesos a lo largo de la historia.

Según Nilda Callañaupa, observó que la iconografía cusqueña funciona con 3 tipos de signos 1) los que refieren a ideas cosmológicas, 2) como un signo para bienes y personas y; 3) como signos para la historia mítica.

Dentro de los signos espaciales, el más representativo en Chinchero es el “*waqaq ñawin loraypu*, que significa planta con ojos de vaca. Es un motivo dividido en cuatro mediante el agregado de cuatro rombos más pequeños, que hace referencia a la división de Chinchero en cuatro suyus (regiones) así como también denota las fuentes de agua de cada parte”. (Acevedo, y otros, 1999, pág. 815)

#### **2.2.4.3. Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (ONG).**

A la fecha, se tiene una organización sin fines de lucro que trabaja activamente ayudando a varias comunidades de la región que se dedican a la producción de textiles. El Centro de Textiles Tradicionales del Cusco.



Hasta antes de los años setenta, eran muy pocas las mujeres que aún practicaban el arte textil en Chinchero. Según Nilda Callañaupa Álvarez, era su familia junto a otras mujeres que todavía “tejían con frecuencia fajas y algunos tejidos grandes como mantas, ponchos y frazadas. El propósito era empezar a tejer en el telar de cintura y producir textiles hechos de hilos procesados a mano, reproducir los diseños que ya no estaban practicándose y mejorar la calidad de los textiles para su uso y su comercialización a precio más justo que los tejidos usados y simples que algunas de las tejedoras que iniciaron e incentivaron el trabajo vendían a los visitantes que por entonces llegan a visitar el pueblo.”

De acuerdo a lo mencionado por Nilda Callañaupa, las jóvenes y mujeres que tejían solo era con el objetivo de mejorar los textiles y tener la oportunidad de un ingreso económico; que a su vez afrontaron muchos obstáculos como: el poco apoyo de los esposos de las mujeres, la diferencia de edades entre las mismas mujeres, la paciencia que conlleva el trabajo, el cambio de los hilos sintéticos por los naturales e incluso la discriminación por el uso del traje tradicional, entre otros. Sin embargo, el proyecto fue un éxito e incluso inspiró a otras mujeres a hacer sus propias asociaciones, de lo cual somos testigos cuando visitamos la localidad de Chinchero.

A mediados de los años noventa, se concretó la idea de formar una organización, se tuvo como fundadores a Flora Callañaupa, Yolanda Jaimes, Nilda Callañaupa, David y Elizabeth Vna Buskirk, Maria Tocco, en coordinación con Edward y Christine Franquemont y Timothy Wells, de pronto la pequeña organización se denominó CENTRO DE TEXTILES TRADICIONALES DEL CUSCO - CTTC, con objetivos, fines y estatuto inscritos en Registro Públicos en el año 1996 como Organización sin fines de lucro.

- **Misión.**

“El Centro de Textiles Tradicionales del Cusco (CTTC) es una organización sin fines de lucro que promueve la práctica sostenible y revitalización del textil ancestral del Perú en la región



de Cusco, priorizando el empoderamiento de los tejedores para mantener viva la tradición textil y su identidad, mediante educación y promoción de su arte logrando así mejorar su calidad de vida.” (Centro de Textiles Tradicionales Cusco, 2020)

- **Visión.**

“Posicionar al tejedor artesanal como artista textil a nivel global, para forjar un justo reconocimiento en la sociedad y asegurar la perduración de la práctica textil ancestral.” (Centro de Textiles Tradicionales Cusco, 2020)

- **Responsabilidad.**

La responsabilidad social para una organización es una característica muy importante. En este caso, El Centro de Textiles Tradicionales del Cusco busca que todas aquellas comunidades de los alrededores a las que apoya, sean independientes y autosuficientes, busca empoderar a cada comunidad para que aprendan a organizarse, sin perjuicio de sus costumbres, creencias e incluso en sus diferentes vestimentas.

“Un punto a favor, es que ayuda a la construcción de centros de tejidos, brindando talleres de teñido natural, recuperación de técnicas textiles prehispánicas, desarrollo de productos, control de calidad, capacitación administrativa a los directores de las asociaciones, etc. y promueve sus textiles de alta calidad.” (Centro de Textiles Tradicionales Cusco, 2020). Además, tiene un compromiso con el medio ambiente, mediante el uso de productos naturales. Ayuda a aquellas mujeres que se ven en una situación vulnerable.

#### **2.2.4.3.1. Visibilidad del trabajo femenino.**

El Centro de Textiles Tradicionales de Cusco está conformado por una mesa directiva de mujeres emprendedoras y empoderadas. Así pues, Nilda Callañaupa Álvarez es la directora y fundadora. Nacida en Chinchero en la década de los 60, fue la primera en interesarse en recuperar las técnicas de tejido, pues ya no se realizaban con la misma frecuencia que en la





antigüedad por el mismo hecho de que las niñas tenían la educación del mundo globalizado, lo que las llevaba a aprender otras cosas. Sin embargo, gracias al trabajo de Nilda, poco a poco se retomó el interés del tejido. Su equipo en el Centro textil, está conformado por mujeres en su gran mayoría. Además, son las mujeres tejedoras quienes son protagonistas de esta historia. El desarrollo de nuestra tesis, y en especial del presente capítulo, nos permitió revalorizar el importante rol que desempeñan las mujeres chinchéricas ya que, con su recalcitrante identidad cultural, su desempeño, su responsabilidad y, por qué no, sus ganas de progresar, han hecho que los Textiles de Chinchero sean conocidos mundialmente.

### 2.3. Marco conceptual:

- **Propiedad industrial:** “La propiedad industrial engloba la protección jurídica por parte del Estado de creaciones o invenciones susceptibles de aprovechamiento en el comercio o de aplicación en la industria.” (Canaval Palacios, Manual de propiedad intelectual, 2008)
- **Tradición:** “Es la comunicación de doctrinas, costumbres, creencias o prácticas que se dan de generación en generación.” (Ossorio, 2010)
- **Artesanía tradicional:** “Son obras producidas por artesanos, de forma enteramente manual o con la ayuda de herramientas manuales o el uso de medios mecánicos. La contribución manual directa del artesano debe ser el elemento más importante del producto acabado.” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, 2008)
- **Identidad cultural:** “El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, entre estos, valores, creencias y costumbres. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta continuamente de la influencia exterior.” (Molano, 2007)



- **Conocimiento ancestral:** “El conocimiento ancestral comprende usos, costumbres, saberes, prácticas, informaciones y formas de vida que determinan la existencia de un pueblo dentro de su propia cosmovisión.” (Antón Sánchez, 2014)
- **Indicación de procedencia:** “Se entiende como la designación indirecta o directa de un punto geográfico como lugar de elaboración, fabricación o extracción del producto. Su régimen jurídico se corresponde con el segundo tipo de indicaciones geográficas” (Arean Lalín, 1991)
- **Indicación geográfica:** “Es una categoría que comprende a la denominación de origen y destaca la función de identificación de un producto como originario” (Arana, Las indicaciones geográficas y las investigaciones sobre denominaciones de origen, 2005)
- **Denominación de origen:** “Se entiende por denominación de origen, la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirve para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deban esencialmente al medio geográfico, incluidos los factores naturales y los factores humanos.” (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, 2019)
- **Marca:** “La marca sirve para identificar y diferenciar productos y servicios en el mercado. Las marcas pueden formarse con palabras, frases, imágenes, símbolos, figuras, dibujos, envases, y en general, cualquier elemento con capacidad distintiva.” (Plataforma Iberoamericana de Propiedad Intelectual dirigido a Empresas, s.f.)



#### 2.4. Hipótesis de trabajo:

Existen razones fácticas por las cuales los textiles de Chinchero deben ser reconocidos como Denominación de Origen, pues ofrecen beneficios culturales, económicos, sociales, turísticos y laborales a la región del Cusco por ser una herramienta legal de competitividad.

#### 2.5. Categorías de estudio

*Tabla 2 Categorías de estudio*

Categoría	Subcategoría
Rol de entidades	Información, diagnóstico, gestión, administración y fiscalización.
Trabajo conjunto de entidades	Capacitaciones, coordinaciones y organización y, promoción.
Propiedad intelectual	Protección, conservación, reconocimiento y beneficios.
Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones – Denominación de origen.	Conocimiento ancestral, factores humanos, zona geográfica, calidad y reputación.

Fuente: Elaboración propia.



## CAPITULO III: MÉTODO

### 3.1. Diseño Metodológico

Hemos visto por conveniente utilizar la teoría fundamentada, porque sus explicaciones se circunscriben a un ámbito determinado, pero poseen riqueza interpretativa y aporta nuevas visiones de un fenómeno. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). En este caso, no disponemos de un procedimiento estrictamente adecuado en el proceso de reconocimiento de los textiles de Chinchero como denominación de origen, por lo que este diseño de investigación nos permitirá obtener como producto una teoría que responde al planteamiento.

Asimismo, la presente es una investigación aplicada, que se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos, a la vez que se adquieren otros, después de implementar y sistematizar la práctica basada en investigación.

El nivel de investigación es:

**Explicativo:** “Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables.” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La intención básica del presente estudio se centra en argumentar las razones del por qué los textiles de Chinchero deberían ser reconocidos como denominaciones de origen, de acuerdo a los requisitos que expone la normativa (Decisión 486 de la Comunidad Andina de naciones, artículo 201), y que serán descritos en el desarrollo del proyecto.



### **3.2. Diseño Contextual**

#### **3.2.1. Escenario espacio temporal**

El presente proyecto se desarrolló entre la provincia de Chinchero y Cusco, dado que en el primero se encuentran las asociaciones de artesanas y en el segundo se encuentran las oficinas, entidades públicas y privadas a las cuales está dirigida la investigación. Por otro lado, nuestra muestra serán las Artesanas de Chinchero, pues son ellas las protagonistas del trabajo que se realiza en los centros artesanales.

#### **3.2.2. Unidades de estudio**

- Propiedad intelectual: Propiedad industrial, denominación de origen.
- Reconocimiento de la denominación de origen: Procedimiento de reconocimiento de una Denominación de Origen.
- Textiles de chinchero: Conocimiento ancestral. expresión cultural, proceso de elaboración.
- Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones: Título XII, Capítulo I.

#### **3.2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

- Entrevistas:  
A especialistas en propiedad intelectual y derecho Administrativo, funcionarios públicos, al alcalde de Chinchero y a las tejedoras de Chinchero.
- Observación:  
Elaboración de los textiles de Chinchero.
- Análisis de expedientes:  
Expediente de la Denominaciones de Origen Cerámica de Chulucanas.
- Recopilación de datos:  
Bibliográficos, hemerográficos, audiovisuales y webgráficas.



## CAPITULO IV: RESULTADO Y ANÁLISIS DE LOS HALLAZGOS

### 4.1. Resultado del estudio.

La información obtenida en la presente investigación proviene de la realización de 9 entrevistas, así como del análisis del expediente de declaración de protección de la Denominación de Origen “Cerámica de Chulucanas” y de la observación del proceso textil en Chinchero.

- **Presentación de resultados:**
  - **Entrevistas realizadas a expertos:**

Nuestras entrevistas fueron de carácter semiestructural ya que se basaron “en una guía de preguntas precisas y el entrevistador tiene la libertad de incluir preguntas adicionales para precisar conceptos y obtener mayor información”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 403)

Las entrevistas fueron realizadas a 3 funcionarios públicos, a 2 especialistas de INDECOPI, a 1 especialista en Propiedad Intelectual, a 1 especialista en textiles de Chincheros y a 2 tejedoras de Chinchero, a quienes se les asignaron códigos para sintetizar el procesamiento de información de la siguiente forma:

*Tabla 3: Entrevistados.*

N°	Entrevistado	Cargo	Código asignado
01	Hernando Galindo Santisteban	Director de la Dirección de Artesanía – GERCETUR	F1
02	Luis Héctor Cusicuna Quispe	Alcalde del distrito Chinchero	F2



03	Aldo Quispe Cusihuamán	Encargado de la oficina de turismo de la Municipalidad distrital de Chinchero	F3
04	Julia Karina Campana Morales	Especialista 3 de la Oficina Regional de INDECOPI Cusco	E1
05	Deyra Chuquitapa Cuno	Encargada del programa “PATENTA” de la Dirección de Inventiones y Nuevas Tecnologías - INDECOPI	E2
06	Javier Murillo Chávez	Docente del curso de Propiedad Intelectual en la Pontificia Universidad Católica del Perú.	E3
07	Nilda Callañaupa Álvarez	Directora del Centro de Textiles Tradicionales de Cusco	T1
08	Antonia	Tejedora del Centro Textil Away Riqcharicheq	T2
09	Gregoria	Tejedora del Centro Textil Away Riqcharicheq	T3

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 4: Categorización y resultados de las entrevistas sobre el rol de entidades para gestionar el reconocimiento de la denominación de origen.*

Código	Categoría	Subcategoría	Resultado
RE	A.	A1. Información.	El Indecopi es la entidad que tiene competencia respecto de la



	<p>Rol de entidades</p>	<p>A2. Diagnóstico.  A3. Gestión.  A4. Administración.  A5. Fiscalización.</p>	<p>propiedad intelectual y por ende de las denominaciones de origen. Dentro de sus facultades está la de promocionar, evaluar el trámite para otorgar la denominación de origen, fiscalizar mediante visitas inspectivas e incluso iniciar procedimientos administrativos sancionadores a quienes corresponda.</p> <p>Por otro lado, la gestión dependerá de la competencia y jurisdicción de las distintas entidades. Mientras que el diagnóstico de una potencial denominación de origen compete al Indecopi, las universidades e instituciones académicas.</p> <p>Respecto a la administración, se indica el problema de la informalidad y la desorganización de las artesanas.</p> <p>Por otra parte, se goza de un presupuesto destinado al rubro artesanal.</p>
--	-------------------------	--	---

Entrevistados: F1, E2, F2, F3

Fuente: Elaboración propia.





Tabla 5: Categorización y resultados de las entrevistas sobre el trabajo conjunto de las entidades públicas y/o privadas para solicitar la denominación de origen.

Código	Categoría	Subcategoría	Resultado
TCE	B. Trabajo conjunto de entidades	B1. Capacitaciones  B2. Coordinaciones y organización.  B3. Promoción.	Para obtener el reconocimiento de los Textiles de Chinchero como una denominación de origen se espera un trabajo conjunto de entidades públicas y/o privadas debido a que un solo ente no tiene suficientes herramientas para hacerlo. Este trabajo debe empezar desde el acceso y otorgamiento de la información, mediante capacitaciones, primero a los funcionarios quienes son responsables de extender el conocimiento y finalmente a los interesados. Asimismo, para reforzar estas capacitaciones, se debe hacer asesoramientos y módulos de información que se pueden lograr con ayuda de instituciones que ya tienen una relación más estrecha con los



			<p>interesados, en este caso las artesanas de Chinchero.</p> <p>Es decir, crear un vínculo entre la entidad que tiene la información con los que la necesitan.</p> <p>Respecto a la promoción del producto, se espera que sea un trabajo conjunto y articulado, sin embargo, esto no se da. Para lograr todo esto, debe haber coordinación permanente y organización entre estas entidades.</p>
--	--	--	---

Entrevistados: E1, E2, F2, F3

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6: Categorización y resultados de las entrevistas sobre Propiedad Intelectual.

Código	Categoría	Subcategoría	Resultado
PI	C. Propiedad Intelectual	C1. Protección. C2. Preservación. C3. Reconocimiento. C4. Beneficios.	<p>La propiedad intelectual lo que hace es dar un valor agregado al ingenio humano. En el caso de las expresiones culturales y conocimientos ancestrales se tiene que hacer una revisión sobre la forma de protección, porque estos requieren una forma especial de</p>



			<p>protección. Entonces, es justamente ese valor agregado que otorga la propiedad intelectual, lo que hará que un producto sea haga conocido y terminará ayudando a que sea preservado y explotado.</p> <p>La conservación se da gracias a las artesanas de Chinchero quienes se dieron cuenta que el textil sufría cambios y que los procesos desaparecían con el tiempo, afectando la identidad cultural.</p> <p>Después de años de práctica y conservación, los textiles de Chinchero se convirtieron en el núcleo de la textilería en la región del Cusco. Además, se ha posicionado como la capital de la textilería, han ganado reconocimiento frente a otros textiles como el mexicano y tibetano.</p> <p>Dentro de los beneficios de una denominación de origen se tiene que esta tiene la ventaja de ofrecer la</p>
--	--	--	--



			<p>credibilidad del producto y la protección que brinda frente a la falsificación y uso indebido. Además, es una herramienta de desarrollo que permite mejorar sus temas productivos, organizarse de mejor manera, trabajar en función a los requerimientos del expediente e ingresar a nuevos mercados. Todo esto permite mejorar los ingresos económicos.</p>
--	--	--	---

Entrevistados: E1, E2, T1, F1, E3.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Categorización y resultados de las entrevistas sobre la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, Denominaciones de origen.

Código	Categoría	Subcategoría	Resultado
DO	D. Decisión 486 de la Comunidad Andina – Denomin	D1. Conocimiento ancestral. D2. Factor humano. D3. Zona geográfica. D4. Calidad.	En Chinchero, se han recuperado los medios de producción ancestrales, sobre todo el teñido natural y el diseño de la iconografía. Se ha rescatado los instrumentos tradicionales y por ende el textil ancestral que tiene un origen basado



	ación de origen	D5. Reputación.	<p>en las épocas pre incas y coloniales, este conjunto de prácticas constituye el factor humano.</p> <p>La reputación que gozan los textiles de Chinchero no es solo por su calidad, sino que también resultan ser sostenibles para el medio ambiente.</p> <p>El textil de Chinchero está enfocado en la calidad, la misma que requiere tiempo, inversión de dinero, tintes, buenos materiales, etc., por ello el costo es elevado, se debe defender y diferenciar lo hecho a mano.</p> <p>Lo que diferencia a Chinchero de otros distritos es la vestimenta, porque el traje es representativo gracias a la técnica del Loraypo que se utiliza solo en el distrito de Chinchero.</p>
--	--------------------	-----------------	---

Entrevistados: F1, F2, F3, T1, T2, T3

Fuente: Elaboración propia



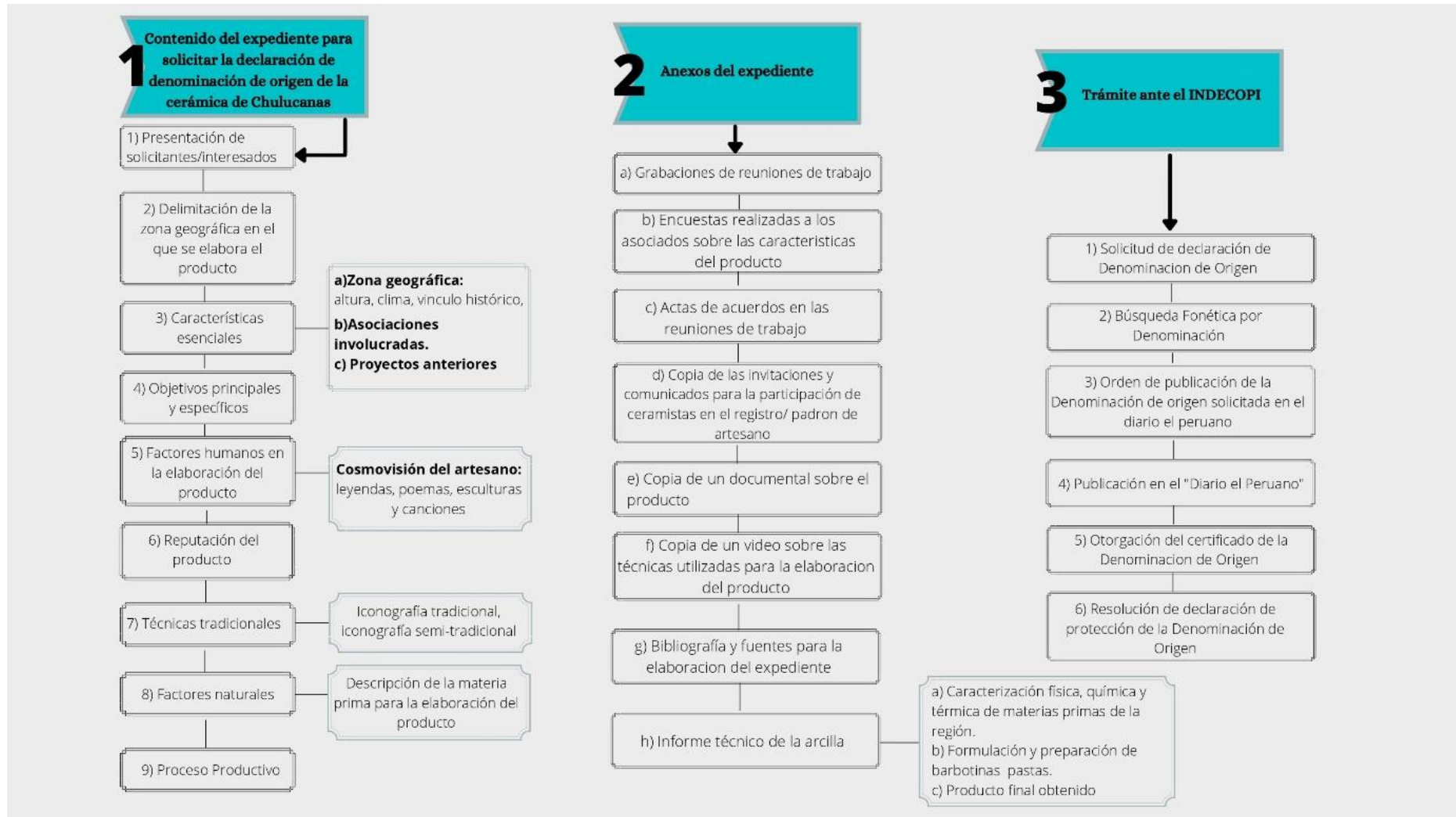
- **Contenido del expediente de declaración de protección de la Denominación de Origen “Cerámica de Chulucanas”**

Debido a una similitud de productos (artesanías), se analizó el expediente de la denominación de origen de la cerámica de Chulucanas. Se pudo observar que dicho expediente se puede usar de referencia en cuanto al contenido del documento que sustenta la potencialidad de un producto para que sea declarado y reconocido como denominación de origen. Se observa, además de cómo se ha organizado un equipo de trabajo y las actividades que se llevaron a cabo, las etapas en el trámite ante el Indecopi.



- Contenido del expediente de declaración de protección de la Denominación de Origen “Cerámica de Chulucanas”.

Ilustración 2: Contenido del expediente para solicitar la declaración de denominación de origen de la cerámica de Chulucanas.



Fuente: Elaboración propia.





# Procesa textil en Chinchero



## 1) Trasquilado de lana

Para el textil de Chinchero se utiliza lana de alpaca, llama y oveja. Actualmente no se utiliza fibra de vicuña por estar en extinción.

## 2) Lavado de la lana

Para el lavado de la lana, se utiliza la raíz Saqta. Esta raíz es una especie oriunda de Chinchero, prima de la yuca.

Las mujeres rayan la Saqta y la mezclan con un poco de agua tibia, luego la tamizan con un colador y finalmente remueven la mezcla hasta crear una espuma. La lana es sumergida en este detergente natural y frotran la lana hasta que la suciedad salga de esta.



## 3) Hilado

Con la lana limpia y un instrumento llamado Plusca o rueca, en español, se procede con el hilado. Este consiste en dar vueltas a la lana hasta tener una hebra fina. Dependiendo si se quiere el hilo de un color determinado o conservar el color natural, se procede con el teñido o el torcido.

## 4) Teñido

Para la obtención de colores se utilizan diferentes plantas y flores. Para la fijación de los colores en la lana se utilizan mordientes como la piedra de alumbre, q'olpa u orín fermentado de un niño en caso de las tonalidades azules. Dependiendo de la intensidad del color que se quiere lograr, se hace hervir la lana durante un tiempo estimado. Menos tiempo significa tonos suaves, más tiempo significa tonos intensos.



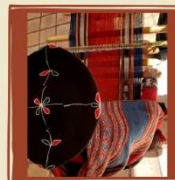
## 5) Torcido

Luego del hilado o el teñido de la lana, sigue el torcido. Este paso consiste en unir dos hebras haciendo uso de una Plusca o rueca más grande que aguante el peso. El objetivo es que la hebra sea más resistente para empezar los tejidos. Finalmente se hacen madejas o bolas con la lana para facilitar su uso durante el urdido.

## 6) Urdido

En el Urdido participan dos personas: la dueña del tejido y su ayudante. La dueña es quien decide el largo del tejido, el diseño y los colores.

El urdido tiene la finalidad de tensar los hilos, utilizando un soporte rectangular en el que a los extremos se encuentran las tejedoras. Se pasan la madeja de extremo a extremo, creando un cruce en el medio que permitirá más adelante hacer el cambio de colores.



## 7) Tejido

Luego del urdido, se prepara el proyecto en soportes que varían dependiendo del tamaño de lo que se quiere tejer.

En el caso de los tejidos grandes se hace uso de la Q'auina, un palo plano ubicado al extremo del tejido que soporta los hilos. La Baticola, una especie de faja que rodea la cintura de la tejedora, lo que le permite tener acceso a su propio tejido; y finalmente la Yllawa y el tocoro, ambos instrumentos permiten el cambio de colores.





#### 4.2. Análisis de los hallazgos.

Para el análisis de los datos, utilizamos la teoría fundamentada “lo que significa que la teoría va emergiendo fundamentada en los datos. Se trata de un proceso no lineal” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 422). “La acción esencial consiste en estructurar datos que inicialmente no estaban estructurados. Los datos son muy variados, pero en esencia dependen de la observación del investigador y narraciones de los participantes”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 418)

Para la codificación de datos establecimos patrones y coincidencias en las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas, se otorgaron categorías y subcategorías conforme a nuestros objetivos planteados. Del mismo modo, en el análisis del expediente de declaración de protección de la Denominación de Origen “Cerámica de Chulucanas” vimos por conveniente presentar los datos en un flujograma ya que se trata de la explicación de un procedimiento que contiene etapas. En cuanto a la observación del proceso textil en Chinchero, se realizó mediante una infografía con la finalidad de detallar y explicar dicho proceso.

- **Análisis de las razones por las que los textiles de Chinchero deberían ser reconocidos como Denominación de Origen.**

En el artículo 201 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, se estipulan los requisitos que determinado producto debe cumplir para poder ser declarado como denominación de origen; estos son: la indicación geográfica, la calidad, la reputación, y otros factores (humanos y naturales) que dependa exclusivamente del medio geográfico.

En el caso de los textiles de Chinchero, hemos podido observar el proceso de elaboración de dichos textiles y corroborar con lo requerido por la norma.

Como primer punto, el artículo 201 de la Decisión 486, refiere que un lugar determinado debe designar un producto originario. En este caso, el producto es el textil, y la designación



geográfica es Chinchero. El nombre de “Los textiles de Chinchero” señala tanto el producto, como su origen o lugar de elaboración.

Como segundo punto, y conforme a lo estipulado, se tiene la calidad. Este criterio es un requisito indispensable para cada tejedora en Chinchero. Los textiles que elaboran son producto de un trabajo arduo de tiempo y dedicación, tal y como la Sra. Nilda lo expresó durante la entrevista realizada: “la calidad es una meta”. Lo que nos lleva a tratar el tercer criterio de las denominaciones de origen, y es que la reputación, (como lo mencionamos anteriormente) responde o es una consecuencia de la calidad. Los textiles de Chinchero han participado en concursos regionales, nacionales e internacionales y siempre se han destacado por su calidad. Asimismo, como lo mencionó el director de Artesanía de Gercetur: “el distrito de Chinchero se ha posicionado como el núcleo de la textilería cusqueña”. De igual manera, el encargado de la oficina de Turismo en la Municipalidad Distrital de Chinchero corrobora lo mencionado e incluso refiere que “los textiles de Chinchero se han posicionado como la capital de la textilería.”

En cuanto a los factores naturales, podemos señalar según lo observado que, los materiales que se utilizan son orgánicos. La lana de alpaca, llama y oveja, la raíz “Saqta” con la que lavan la lana es oriunda del distrito de Chinchero, según lo referido por las tejedoras y, los colores son extraídos naturalmente de plantas, haciendo uso de mordientes naturales.

Sobre los factores humanos, podemos indicar que solo las tejedoras de Chinchero tienen conocimiento de la iconografía; es un conocimiento ancestral que pasa de generación en generación. Pese a que hubo un proceso de recuperación de las prácticas textiles, actualmente son las mujeres antiguas quienes enseñan a sus hijas y nietas a tejer, guardan en su memoria la técnica de cada diseño, que va siendo replicado solo entre las mujeres tejedoras de la zona. La iconografía depende del lugar en el que se elabora, siendo este como el “DNI” de la localidad. En el caso de Chinchero esta técnica es llamada *Loraypo*. Y debe ser esta característica la más



importante al evaluar su potencialidad como denominación de origen, ya que, a diferencia de productos agrícolas, en productos artesanales es el factor humano el que suele tener más peso.

- **Análisis del contenido del Expediente para solicitar la declaración de la Cerámica de Chulucanas como Denominación de Origen.**

Decidimos analizar este expediente porque se trataba de un producto similar a los Textiles de Chinchero, ambos son artesanías. El expediente para solicitar la declaración de Denominación de Origen a la Cerámica de Chulucanas es un ejemplo de cuál es el contenido del documento que sustenta la potencialidad de un producto para que sea declarado y reconocido como denominación de origen. Se observa también cómo se ha organizado un equipo de trabajo, así como las actividades que se llevaron a cabo. Como se observa en la *ilustración 2*, primero se hace una delimitación de la zona geográfica en la que se elabora el producto, se hace una descripción de los elementos esenciales en los que se considera las características de la zona geográfica, las asociaciones involucradas y si es que hubo proyectos anteriores en relación al producto. Asimismo, se mencionan otros puntos que se pueden observar en el gráfico.

De lo que hemos podido encontrar en el expediente de la Cerámica de Chulucanas es que existen tres etapas. La primera es el contenido del expediente en sí, la segunda son los anexos del expediente que incluye un estudio/ informe técnico sobre los materiales o insumos para la elaboración de las cerámicas y, finalmente, el trámite ante el Indecopi que empezó un 24 de marzo del 2006, con la presentación de la solicitud y, el Indecopi emitió la resolución de reconocimiento en fecha 26 de julio del 2006, este trámite tuvo una duración aproximada de 4 meses estando dentro del plazo establecido en el Texto Único de Procedimientos Administrativos - T.U.P.A. del Indecopi. DSD.3.



- **Análisis de las entrevistas:**

- I. Rol de entidades:**

- A1. Información:**

Siendo el Indecopi el ente que administra el sistema de derechos sobre la propiedad intelectual, creemos que es quien tiene la responsabilidad de expedir la información necesaria sobre dicha rama, esto incluye las denominaciones de origen.

El Indecopi tiene la responsabilidad de capacitar a sus funcionarios para que estos a su vez puedan hacerlo a otras entidades gubernamentales, en el entendido que la carga no puede recaer en una sola entidad gubernamental.

Lo que se espera es un trabajo articulado iniciado por el Indecopi quien debería brindar información en este caso, a entidades relacionadas con el turismo y cultura, como: los Gobiernos Regionales, las Municipalidades, Gerencias de turismo, PromPerú, Organizaciones no gubernamentales, entre otras.

De acuerdo a lo observado en las entrevistas realizadas, el trabajo de información por parte del Indecopi sí se da, sin embargo, es de forma general, eventual o en algunos casos, cuando es solicitada por los interesados.

La información es elemental para hacer una evaluación futura sobre en qué lugares hay potenciales marcas, marcas colectivas, indicaciones geográficas, o variedades vegetales.

- A2. Diagnóstico:**

El diagnóstico será el resultado de la información brindada por el Indecopi. Los receptores ya tendrán conocimiento sobre qué herramientas se tiene a disposición, y lo siguiente será encontrar objetos que necesiten de dichas herramientas, en este caso en específico, potenciales denominaciones de origen.

En el entendido que el Indecopi no puede llegar a todas las regiones del país, los gobiernos regionales y las municipalidades son un ejemplo de cómo la información puede expandirse. Al



ser promotores del desarrollo local, tienen un control y conocimiento sobre su jurisdicción y, por ende, pueden diagnosticar un potencial producto que genere crecimiento económico, social y cultural, como son las denominaciones de origen.

Ahora bien, las universidades y centros académicos también juegan un rol muy importante. Las universidades no solo tienen acceso a la información, sino que tienen un deber de investigación y responsabilidad social. De acuerdo a la Ley Universitaria Nro. 30220, los fines de las universidades son promover la investigación humanística, creación intelectual y artística, preservar, acrecentar y transmitir la herencia cultural y artística de la humanidad, así como, afirmar y transmitir las diversas identidades culturales del país. Por lo que no es únicamente la carrera profesional de Derecho que debería tener conocimiento que una herramienta de desarrollo económico, social y cultural son los signos distintivos (o específicamente las denominaciones de origen), sino que deberían ser otras ramas profesionales las que necesitan aportar sus conocimientos, como por ejemplo facultades de ciencias administrativas, ciencias sociales y de ciencias.

### **A3. Gestión:**

Si bien es cierto, existen diferentes entidades tanto públicas como privadas que pueden tener competencia para gestionar una denominación de origen, se debe tener en cuenta que solo una de ellas debe estar comprometida con el objetivo al 100%. En ese sentido, se necesita de una entidad que facilite y se preocupe por concretizar lo esperado.

Como se estuvo mencionando anteriormente, no hay entidad que pueda llegar a cada rincón del país ya sean por temas administrativos, presupuestales o de capital humano; es por eso que son las Municipalidades distritales quienes tienen mayor conocimiento de su cultura o realidad provincial ya que están a cargo de fomentar el desarrollo y la economía social.

La gestión abarca un antes, durante y después del reconocimiento de una denominación de origen, es un acompañamiento que va desde el principio ya que acompañara en todo el proceso



a los directamente interesados, instituciones públicas y/o privadas que se ven inmersas en el trámite, e incluso al consejo regulador que se encarga de la administración de la denominación de origen.

#### **A4. Administración:**

Una desventaja que encontramos respecto a la administración, es que esta le compete directamente a los interesados, es decir, a los artesanos, productores y similares. Decimos que es una desventaja porque pese a que ellos son beneficiados con el reconocimiento de una denominación de origen, no gozan de una capacidad organizativa a comparación de una entidad pública o privada. Es decir, necesitan de un apoyo constante en este rubro.

Una correcta administración va de la mano con la disponibilidad de los artesanos, productores y similares de formalizarse ante Registros Públicos, ello les dará esa capacidad organizativa que se necesita para hacer cualquier proyecto.

Nuevamente, bajo el apoyo de nuestras entrevistas, encontramos que la Gerencia de Turismo se preocupa por brindar oportunidades de formalización del artesano, bajo el Registro Nacional del Artesano, que además de brindar formalidad, le otorga otras ventajas para el desempeño de su actividad artesanal, cultural y económica.

A partir de la formalización y el empadronamiento, se puede subir a un nuevo escalón, como el participar y conformar un consejo regulador para una denominación de origen, que es la que está encargada de la administración de una denominación de origen según ley.

#### **A5. Fiscalización:**

La fiscalización de una denominación de origen consiste en controlar su correcta administración y salvaguardar su uso adecuado. Dicho rol fiscalizador le compete al Indecopi que, mediante visitas inspectivas, seguimientos o, de ser necesarios, inicio de procedimientos administrativos sancionadores, desarrolla tal función.



## **B. Trabajo conjunto de entidades:**

### **B1. Capacitaciones:**

Como hemos analizado anteriormente, se espera un trabajo articulado iniciado por el Indecopi quien debería brindar información sobre la propiedad intelectual a entidades relacionadas con el turismo y cultura, que puedan coadyuvar con el reconocimiento de una potencial denominación de origen como por ejemplo el Ministerio de Cultura, PromPerú, Mincetur, Gercetur, Gobierno Regionales, Municipalidades. En ese sentido, se espera que dichas entidades tomen conocimiento de la importancia, valor y uso de la propiedad intelectual (denominaciones de origen), ya que es una herramienta que ofrece desarrollo y crecimiento para el productor, la comunidad e incluso el país. Esto mediante módulos de información, charlas, entre otros.

### **B2. Coordinaciones y organización:**

Estas capacitaciones no se llevarán a cabo si es que no existe una coordinación permanente entre las entidades involucradas. Una coordinación ideal genera aliados y nexos que ayudan en el cumplimiento de un objetivo trazado. Es decir, lo factible es encontrar similitudes en las funciones de cada entidad pública o privada para que de esta manera se lleve a cabo determinado proyecto. Por ejemplo, en el caso de los textiles de Chinchero se debe priorizar la formalización de artesanos, para este trabajo Gercetur y la Municipalidad de Chinchero podrían trabajar de forma conjunta de la siguiente manera:

Gercetur tiene un sistema de registro de artesanos que incluye un acompañamiento y convenios con notarias para concretar la formalización ante Registros públicos, ya sea como artesano o asociación. La municipalidad distrital de Chinchero, conforme a sus funciones, puede incentivar dentro de la localidad, dicha formalización, haciendo un llamado a todos los artesanos e interesados.



Cabe resaltar que las coordinaciones y la organización es de forma permanente, es decir, antes de obtener el reconocimiento de una denominación de origen, durante y después del reconocimiento.

### **B3. Promoción:**

Cuando se ha identificado una potencial denominación de origen, la promoción pasa a ser una actividad muy importante. A partir de la reputación que goza, se necesita que todos (entidades públicas y privadas, productores, organizaciones no gubernamentales, ciudadanos, etc.) se involucren y comprometan para el éxito de la denominación de origen. Es decir, entender desde el concepto, el valor que tiene, y finalmente sentirse orgullosos e identificados con la nueva denominación de origen, sobre todo, entre los consumidores, porque son estos quienes se interesaran en adquirirlo por sus características de calidad.

La promoción puede darse en módulos de información dentro de ferias culturales, presentaciones de productos en concursos, exposiciones artesanales, así como facilitar la disposición de espacios públicos, e incluso explotar herramientas tecnológicas ya existentes como páginas web, Facebook, Instagram, entre otros.

Creemos que, en este caso, la Municipal Distrital, es quien tiene la facultad de organizar y promover estas actividades.

## **C. Propiedad intelectual**

### **C1. Protección:**

En la propiedad intelectual existen diferentes figuras legales que protegen el ingenio humano de usos indebidos y falsificaciones. En el caso de las expresiones culturales y conocimientos ancestrales, estos requieren una forma especial de protección. Todos los productos pueden ser protegidos por una figurara legal en específico, algunos podrán ser protegidos por derechos de





autor y otros, mediante una denominación de origen. Lo importante es saber calzar el producto con el tipo de protección que se requiere teniendo en cuenta sus características.

### **C2. Preservación:**

La globalización está haciendo que el Valle Sagrado en general se modernice, esto puede causar una pérdida de identidad cultural; ello implica la falta de práctica de tradiciones y expresiones culturales. Por ejemplo, en el distrito de Chinchero, a causa de la construcción del aeropuerto internacional hay una lucha entre lo tradicional y lo actual u occidental; para ilustrar, encontramos un minimarket al lado de un centro textil. Lo importante es encontrar un balance entre estos dos mundos, entender que lo tradicional es el objeto principal de la existencia del turismo, y por ende se necesita preservar todo aquello que nos caracteriza, en este caso las prácticas ancestrales para la elaboración de textiles tradicionales.

El hecho de que protejamos los textiles y que, además, brinde beneficios económicos para los productores hace que más chincheros se interesen en la elaboración de los mismos, lo que conlleva indirectamente a una preservación y conservación de estos conocimientos.

### **C3. Reconocimiento:**

Después de años de práctica y conservación, Chinchero se convirtió en el núcleo de la textilería en la región del Cusco, ganando distinción frente a textiles internacionales. Sin embargo, el camino para que sean reconocidos dentro de nuestro territorio aún es muy largo, ya que no se reconoce que la elaboración conlleva mucho esfuerzo. Otorgar reconocimiento a tan grande trabajo, es valorar nuestra cultura e identidad.

Por otro lado, se debe reconocer y dar protagonismo a las mujeres tejedoras que han sabido impulsar su propio trabajo, sobre todo en una sociedad en la que la mujer no tiene las mismas facilidades laborales que los varones. Actualmente podemos decir que las mujeres tejedoras no solo son heroínas de la preservación del arte textil, sino que son emprendedoras y luchadoras.



#### **C4. Beneficios:**

Cuando una denominación es origen es gestionada e impulsada correctamente, los beneficios son numerosos. De nuevo, basándonos en las entrevistas realizadas, se tiene que las denominaciones de origen, a diferencia de otros signos distintivos, dan un salto sobre el tiempo que toma construir una reputación. El sello de “denominación de origen” ya garantiza al consumidor que el producto que adquiere es de alta calidad. Ahora bien, tratándose de una expresión cultural como lo son los textiles de Chinchero, se puede reconocer y preservar bajo la indicación de “denominación de origen” es decir, no es un producto cualquiera, sino que es algo que incluso representa e identifica al Perú a nivel mundial.

Los productores también se ven beneficiados, porque como hemos mencionado, la denominación de origen es una herramienta de desarrollo económico, les permitirá fijar un precio estándar, es decir, determinada prenda no podrá costar menos de lo que realmente vale, ya que trabajarán en función a los requerimientos del expediente.

Finalmente, la sociedad también se verá beneficiada pues de todas formas es una actividad estrechamente ligada al turismo, por lo que atraerá la visita de turistas nacionales e internacionales a la localidad de Chinchero, y ya no será un lugar de paso sino un atractivo turístico en su totalidad.

### **D. Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones – Denominación de Origen**

#### **D1. Conocimiento Ancestral:**

El proceso textil en Chinchero proviene de un conocimiento ancestral que ha ido pasando de generación en generación. Como se ha observado en las entrevistas realizadas, ha habido un proceso de rescate de estas antiguas prácticas, y han sido las mujeres artesanas quienes se han encargado de preservarlas, por lo que merecen ser protegidas y conservadas, pues esta expresión cultural pertenece a nuestra identidad.



## **D2. Factor humano:**

Como se mencionó antes, el factor humano es el conocimiento de los individuos que han ido aplicando el *know how* (saber cómo) para la elaboración de un determinado producto. A diferencia de la mayoría de productos agrícolas, en las artesanías el factor humano juega un rol mucho más importante ya que se valora el talento humano. En relación a los Textiles de Chinchero, el conocimiento ancestral se ve reflejado en el proceso textil (desde el lavado de la lana, saber fórmulas del teñido, los mordientes que se utilizan, el esfuerzo de memorizar los diseños etc.).

## **D3. Zona geográfica:**

Como se mencionó anteriormente, la característica más significativa de las denominaciones de origen es que el producto sea oriundo de la zona geográfica. Todo el proceso textil (trasquilado, lavado, hilado, teñido, torcido, urdido y tejido) es conocido y empleado únicamente por las tejedoras chincheras. Pese a que existen otras localidades que también se dedican al arte textil, es el de Chinchero el que destaca y que, obviamente, no logra ser replicado.

## **D4. Calidad:**

De acuerdo a las entrevistas realizadas, encontramos que se concuerda en que Chinchero se ha posicionado como la capital de la textilería y que sus textiles se diferencian por su calidad, la cual es considerada una meta por parte de las tejedoras en cada prenda que realizan. En este punto observamos que, en relación a la calidad-precio existe una dificultad y es que al ser un trabajo manual que requiere dedicación, tiempo y buenos materiales amerita un precio elevado que no es comprendido por los consumidores locales, pero sí por consumidores internacionales. Dicho ello, por lo general son los consumidores internacionales quienes valoran el trabajo manual y esto permite que centros textiles como el Centro Textil "Away Riqcharicheq" haya recibido pedidos en plena pandemia.



### D5. Reputación:

Es por lo expuesto anteriormente que los textiles de Chinchero gozan de una reputación de talla internacional que les ha permitido concursar en eventos locales, regionales e incluso internacionales. Un ciudadano cusqueño conoce que en Chinchero aún existe producción de textiles tradicionales que conservan técnicas ancestrales y que son las mujeres artesanas, protagonistas de esta historia de rescate y preservación.

*Tabla 8: Sobre el diseño del procedimiento para solicitar el reconocimiento de los textiles de Chinchero como denominación de origen.*

Etapa	Actor(es)	Actividad(es)
Difusión de la importancia y diagnóstico de la potencial denominación de origen	Indecopi, Universidad Andina del Cusco.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones dirigidas para la difusión de la denominación de origen</li> </ul>
Difusión de la importancia de la denominación de origen aplicada a los textiles de Chinchero	Municipalidad Distrital de Chinchero, Gercetur, Universidad Andina del Cusco, Indecopi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Módulos de información, asesoramientos, charlas, conversatorios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Búsqueda de cooperación técnica y financiera para el desarrollo del proyecto.</li> <li>- Formalización de la alianza entre el sector público y académico</li> </ul>	Municipalidad Distrital de Chinchero, Gercetur, Universidad Andina del Cusco, Indecopi, Gobierno Regional Cusco, Centro de Textiles Tradicionales de Cusco, Centro Guamán Poma de Ayala. PromPerú, y una futura asociación de tejedoras Chincheras. (Alianza.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negociación de condiciones para la creación de una alianza de trabajo.</li> <li>• Asignación de responsabilidades de cada entidad o institución.</li> <li>• Designación de presupuestos para el desarrollo del proyecto.</li> <li>• Conformidad y ejecución de la alianza.</li> </ul>
Recopilación de información y datos para la elaboración del expediente técnico	Alianza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Delegar acciones para elaborar el expediente e informe técnico.</li> <li>• Reuniones con los especialistas de cada institución.</li> <li>• Recopilación de información estadística de la producción, y comercialización.</li> </ul>



	Centro Guamán Poma de Ayala, Centro de Textiles Tradicionales de Cusco.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación y aprobación de requisitos para contratar consultores.</li> <li>• Contratación de especialistas para el estudio técnico – cultural e histórico</li> </ul>
Desarrollo del estudio técnico-cultural e histórico	Equipo de especialistas contratados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visitas a las zonas de elaboración de los textiles de Chinchero.</li> </ul>
Elaboración del mapa geográfico	Equipo de especialistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un mapa cartográfico de la zona de producción</li> </ul>
Entrega de la solicitud y expediente elaborado	Futura Asociación de tejedoras Chincherinas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega del expediente al Indecopi</li> </ul>
Publicación de la solicitud en la gaceta	Indecopi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicación en el diario oficial “El Peruano”</li> </ul>
Otorgamiento del certificado como denominación de origen a los textiles de Chinchero	Indecopi	
Difusión pública	Alianza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conferencia de prensa, noticias.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

### 4.3. Discusión y contrastación teórica de los hallazgos

Este trabajo de investigación tuvo como objetivo argumentar las razones por las que los Textiles de Chinchero deberían ser reconocidos como denominación de origen teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 201 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

De acuerdo a lo establecido en la norma, y en contraste con las entrevistas y la observación del proceso textil, encontramos que este producto cumple con los requisitos estipulados, estos son: zona geográfica, calidad, reputación y otras características que incluyen factores humanos y naturales como hemos podido analizar en puntos anteriores. Además, como una característica distintiva en este caso, es que se trata de un conocimiento ancestral.



De nuestros antecedentes de estudio, encontramos que (Chuquitapa Cuno, 2017) en su investigación titulada *La protección jurídica de las denominaciones de origen como una necesidad estratégica de desarrollo económico en la región del Cusco*, concluye que “la denominación de origen no tiene como objeto el reconocimiento de modos de producciones ancestrales o tradicionales de productos por sí mismos, sino la protección de un producto identificado con el nombre de un lugar determinado del cual es originario, con cualidades especiales, que se deben esencialmente al medio geográfico y a factores humanos, como la forma de elaboración del producto final”. Al respecto, nosotras creemos que, si bien no se busca solamente reconocer los modos de producción ancestral o tradicional, al tratarse en su mayoría de productos artesanales, el conocimiento ancestral es inherente a la producción de los mismos. En ese sentido, el reconocimiento como denominación de origen a un producto artesanal, como la Cerámica de Chulucanas o, incluso, a un producto vegetal como el Maíz Blanco Gigante Cusco, le brinda protección a la técnica, que guarda conocimientos ancestrales, usada en la producción de la denominación de origen. En ese orden de ideas, consideramos que el reconocer a los Textiles de Chinchero como denominación de origen, además de proteger al producto final, protegerá el conocimiento ancestral utilizado para la elaboración del mismo.

Por otro lado, (Salmón Gárate & Acuña Pereda, 2009), menciona que “se podría señalar que el funcionamiento de los derechos de propiedad intelectual dificulta la protección y la preservación de los conocimientos tradicionales ya que el objetivo no es resguardarlos y entran en contradicción con las leyes consuetudinarias de los pueblos indígenas”. A lo cual la Abog. Chuquitapa concuerda de alguna forma; y es que es cierto, no hay una figura en la propiedad intelectual que se ocupe de la preservación y la protección de los conocimientos tradicionales en sí, sin embargo, podría utilizarse la figura de la denominación de origen para incluir este ítem como protección del producto final.



Ahora bien, (Suarez Fuentes, 2018) concluye en su investigación titulada *Los derechos de los productores del café de Chanchamayo respecto de las denominaciones de origen en el marco del Mercosur* que “los derechos de los productores están directamente relacionados con el derecho a la libertad, identidad, educación, trabajo y protección, entre otros, por lo que el reconocimiento de una denominación de origen ayuda al aprovechamiento económico de la región”. Creemos que este también podría ser el caso de los Textiles de Chinchero al darle el reconocimiento como una denominación de origen, ya que los principales beneficiados serían las familias chincherinas, en un ámbito turístico, cultural, económico, laboral y social. Y es que como no considerar a los Textiles de Chinchero como una potencial denominación de origen si además de otros tantos puntos, concordamos con (Moscoso Barrio, 2019) quien refiere en su investigación que “los centros de tejido tienen intenciones de ingresar al mercado turístico para alinearse a las políticas turísticas nacionales y obtener ingresos a partir del acervo cultural de Chinchero”; esto demuestra que las tejedoras tienen conocimiento de que sus productos son de alta calidad y por ende hay una predisposición de querer salir adelante. Para esto, (Villafuerte Martín, 2015) infiere que una indicación geográfica puede incrementar el valor del producto hasta en un apreciable 12%.

Por lo tanto, a partir de los hallazgos encontrados, aceptamos nuestra hipótesis pues existen razones fácticas por las cuales los textiles de Chinchero deben ser reconocidos como Denominación de Origen, pues ofrecen beneficios culturales, económicos, sociales, turísticos y laborales a la región del Cusco por ser una herramienta legal de competitividad.



## D. CONCLUSIONES

De acuerdo a nuestros objetivos planteados, podemos concluir lo siguiente:

1.- Los textiles de Chinchero cumplen con los requisitos estipulados en el artículo 201 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, estos son: zona geográfica, pues los textiles son elaborados en el distrito de Chinchero; calidad y reputación, que son evidentes gracias a la fama adquirida, los concursos ganados y a la denominación de “capital de la textilería” a la cual responde el distrito de Chinchero. Y, otras características que incluyen factores humanos, como los diseños que memorizan las tejedoras chincherinas, y en general todo el proceso textil que deriva de un conocimiento ancestral; así como los factores naturales que incluyen los insumos orgánicos para la elaboración de los textiles de Chinchero.

2.- Determinamos que el rol de las entidades públicas y/o privadas para dirigir el reconocimiento de las denominaciones de origen son los de informar, diagnosticar, gestionar, administrar y fiscalizar. El rol de informar es competencia del Indecopi, por ser la institución encargada de proteger la propiedad intelectual. El rol de diagnosticar recae en gran medida en las universidades ya que son los centros de investigación del país y se encuentra dentro de sus fines el, investigar, acrecentar, preservar y afirmar todo lo relacionado a la herencia cultural y artística. El rol de gestionar parte de las Municipalidades Distritales ya que pueden hacer un acompañamiento cercano en el antes durante y después del proceso de reconocimiento. En cuanto al registro de la denominación de origen, esta compete al Indecopi. El rol de administrar consiste en poner a disposición herramientas de formalización u organización, como el Registro Nacional de Artesanos propuesto por Gercetur. Finalmente, el rol de fiscalizar recae, nuevamente, en el Indecopi por la función anteriormente mencionada mediante visitas inspectivas o procedimientos administrativos sancionadores.





3.- Evaluamos cómo en el caso de los textiles de Chinchero se puede hacer un trabajo articulado para obtener el reconocimiento de denominación de origen. Para esto intentamos encontrar entidades públicas y privadas que tengan funciones similares dentro de los rubros empresariales, estatales y académicos, para que de esta manera converjan en un solo objetivo. Indicamos que el primer paso son las capacitaciones entre dos o más entidades, para que la información tenga mayor alcance. El segundo paso son las coordinaciones y organización de forma permanente, esto significa formar aliados y nexos que ayudan en el cumplimiento de un objetivo trazado. Es decir, lo factible es encontrar similitudes en las funciones de cada entidad pública o privada para que de esta manera se lleve a cabo determinado proyecto. Finalmente, la promoción surge a partir de la reputación que ya goza el producto. Se necesita que todos los involucrados se comprometan para el éxito de la denominación de origen.

4.- Debido a que todo el proceso que conlleva al reconocimiento de una denominación de origen es una actividad costosa, el diseño del procedimiento para solicitar que los Textiles de Chinchero sean declarados como denominación de origen, depende de una alianza entre la Municipalidad Distrital de Chinchero, Gercetur, Universidad Andina del Cusco, Indecopi, Gobierno Regional Cusco, Centro de Textiles Tradicionales de Cusco (y entre otras ONG's), Centro Guamán Poma de Ayala, PromPerú, y una futura asociación de tejedoras chincherinas. Esta alianza se encargará de difundir la importancia y diagnóstico de los Textiles de Chinchero como potencial denominación de origen, de buscar una cooperación técnica y financiera para el desarrollo del proyecto, así como de recopilar información y datos para la elaboración del expediente técnico, de entregar la solicitud y expediente elaborado y, finalmente de la difusión pública de la denominación de origen otorgada.

5.- Estimamos que los beneficios del reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen son para los mismos productores, consumidores y la sociedad. En



referencia a los productores estos beneficios son, en su gran mayoría, económicos. A los consumidores es la garantía de la calidad del producto adquirido. A la sociedad, porque se trata de una actividad estrechamente ligada al turismo, la cual atraerá la visita de viajeros nacionales e internacionales a la localidad de Chinchero, y ya no será un lugar de paso sino un atractivo turístico en su totalidad. Finalmente, encontramos que se daría un rescate de la identidad cultural, el sentirnos orgullosos por nuestra cultura, entre nosotros mismos y a nivel internacional.



## E. RECOMENDACIONES O SUGERENCIAS.

1.- Recomendamos realizar más investigaciones en torno a los Textiles de Chinchero, pues siempre se necesitará trabajar bajo una base académica en el desarrollo de un proyecto. Si bien es cierto el objetivo de la presente investigación no era determinar los indicadores de calidad, creemos necesario un estudio más técnico, teniendo en consideración que las denominaciones de origen no solo es un tema jurídico, sino antropológico, histórico, social y cultural.

2.- Siendo el Indecopi la institución competente en propiedad intelectual, creemos necesario un reclutamiento de capital humano que incorpore profesionales de diferentes carreras profesionales, ya que se necesita de su conocimiento para diagnosticar y responder a las solicitudes de posibles denominaciones de origen. Asimismo, las oficinas regionales (todo el personal) deben estar capacitados en temas de propiedad intelectual y no solo en temas de protección al consumidor. Por otro lado, recomendamos a las universidades incluir los temas de propiedad intelectual dentro de sus intereses en las clínicas jurídicas, esto como tema de investigación.

3.- Es necesario que las entidades involucradas en el reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen (independientemente de su naturaleza pública o privada), finalicen los proyectos trazados, superando cambios internos de gestión, de capital humano, etc. De esta manera habrá continuidad y por ende progreso para la ciudadanía.

4.- Se recomienda mantener un compromiso entre aquellas entidades que conforman la *alianza* para obtener el reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen, ya que las tejedoras depositarán su confianza plena hasta lograr el objetivo trazado. En el compromiso se deberá ver reflejada la coordinación y organización latente.

5.- Finalmente, recomendamos considerar a la propiedad intelectual como una rama del derecho tan importante como las ramas de civil, penal, constitucional, entre otras. La propiedad intelectual engloba la labor creativa de todo ser humano y debe ser objeto de interés, por parte de nosotros los abogados, el querer protegerla; además, y dentro de tantos otros beneficios, puede ser una herramienta de desarrollo



económico para la sociedad. En conclusión, debe ser desarrollada con más profundidad en las mallas curriculares de la carrera de Derecho y afines.

## F. BIBLIOGRAFÍA

- Acevedo, S., Benavides, M., Castillo, L. J., Cordy - Collins, A., Chirinos, N. R., Frame, M., . . . Ugaz, F. (1999). *Tejidos milenarios del Perú* (1 ed.). (J. A. de Lavalle Vargas, & R. de Lavalle Cárdenas, Edits.) Lima, Lima, Perú: AFP INTEGRAL. Recuperado el 17 de Octubre de 2021
- Agámez Pájaro, C. (16 de Marzo de 2016). *El Universal*. Obtenido de Tejeduría será declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de San Jacinto:  
<https://www.eluniversal.com.co/cultural/tejeduria-sera-declarada-patrimonio-cultural-inmaterial-de-san-jacinto-BY4346535>
- Alfani Cazarin, A. E. (12 de abril de 2019). *Matador Network*. Recuperado el 23 de mayo de 2021, de 6 datos muy interesantes sobre la talavera que todo mexicano debe conocer:  
<https://matadornetwork.com/es/talavera-datos-que-todo-mexicano-debe-conocer/>
- Antón Sánchez, J. (2014). El conocimiento ancestral desde una perspectiva afrodescendiente. *AMAWTA*, 44.
- Arana Courrejolles, M. d. (2017). *La protección jurídica de los signos distintivos* (1 ed., Vol. 24). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú - Fondo Editorial. Recuperado el 31 de Enero de 2021, de  
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/bitstream/handle/123456789/170682/24%20La%20protecci%C3%B3n%20jur%C3%ADdica%20con%20sello.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Arana, M. d. (2005). Las indicaciones geográficas y investigaciones sobre denominaciones de origen. *Anuario Andino de Derechos Intelectuales*(2), 187-2018. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de  
<http://www.anuarioandino.com/Anuarios/Anuario02/art09/ANUARIO%20ANDINO%20ART9.pdf>
- Arana, M. d. (2005). Las indicaciones geográficas y las investigaciones sobre denominaciones de origen. *Anuario Andino de Derechos Intelectuales*, 190.
- Arango, L. G. (1994). Industria textil y saberes femeninos. *Historia crítica*(9), 44-49. Recuperado el 21 de Julio de 2021, de <https://doi.org/10.7440/histcrit9.1994.06>
- Arean Lalín, M. (18-19 de Noviembre de 1991). *Vlex*. Obtenido de Vlex: [https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/definicion-indicaciones-geograficas-262427?from\\_fbt=1&fbt=preview](https://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/definicion-indicaciones-geograficas-262427?from_fbt=1&fbt=preview)
- Arévalo García, Z. A. (2012). Tratamiento tributario de las regalías obtenidas por la explotación de propiedad industrial: una mirada desde el Derecho tributario internacional. *Revista de derecho fiscal*, 11(06), 113-141. Recuperado el 03 de Febrero de 2021, de  
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/fiscal/article/view/3066>
- Arroyo Aguilar, S. (2019). Simbología del maíz en la cultura andina milenaria: resistencia e identidad del hombre andino. (U. N. Marcos, Ed.) *Investigaciones sociales*, 22(41), 37-55. doi:  
<https://doi.org/10.15381/is.v22i41.16756>
- Asialink. (27 de marzo de 2019). *América Economía*. Recuperado el 23 de mayo de 2021, de APEC de propiedad intelectual, realizado en marzo:  
<https://asialink.americaeconomia.com/economia-y-negocios-sociedad/apec-aborda-el-tema-de-los-derechos-intelectuales>
- Balbi, M. (2003). *Pisco es Perú*. Lima: PromPerú. Recuperado el 17 de Julio de 2021



- Barco Royo, E. (Noviembre - Diciembre de 2007). Denominaciones de origen. *Distribución y Consumo*, 27-39. Recuperado el 03 de Febrero de 2021, de [https://www.mercasa.es/media/publicaciones/68/1288205986\\_DYC\\_2007\\_96\\_27\\_39.pdf](https://www.mercasa.es/media/publicaciones/68/1288205986_DYC_2007_96_27_39.pdf)
- Barreiro, D. (s.f.). *Del GATT a la Organización Mundial del Comercio*. Recuperado el 21 de Enero de 2021, de [https://www.iri.edu.ar/publicaciones\\_iri/IRI%20COMPLETO%20-%20Publicaciones-V05/Publicaciones/L2/L205.htm](https://www.iri.edu.ar/publicaciones_iri/IRI%20COMPLETO%20-%20Publicaciones-V05/Publicaciones/L2/L205.htm)
- Buitrago Díaz, E. (2009 de Septiembre de 2009). Propiedad Intelectual y Desarrollo tras el Acuerdo sobre los ADPIC. *VIII*(12), 63-90. Recuperado el 21 de Enero de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/1890/189014944004.pdf>
- Calderón Valencia, J. C. (2016). La inseguridad jurídica generada por el nombre comercial no registrado: Análisis de su problemática a la luz de la legislación española y peruana. *Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual*, 12(22), 1-33. Recuperado el 21 de Enero de 2021, de <https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/11/10>
- Callañaupa Alvarez, N. (2009). *Tejiendo en los andes del Perú. Soñando diseños, tejiendo recuerdos* (1 ed.). Cusco, Cusco, Perú: Centro de Textiles Tradicionales del Cusco. Recuperado el 17 de Octubre de 2021
- Callañaupa Alvarez, N. (2012). *Textile Traditions of Chinchero: A Living Heritage: Tradiciones Textiles de Chinchero: Herencia Viva* (Bilingual ed.). Cusco, Perú: Thrums, LLC. Recuperado el 04 de Julio de 2021
- Canaval Palacios, J. P. (2008). *Manual de propiedad intelectual* (1 ed., Vol. I). (L. H. Rincón, Ed.) Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario. Recuperado el 21 de Enero de 2021, de [https://books.google.com.sv/books?id=YN03Ke\\_xdpMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.sv/books?id=YN03Ke_xdpMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false)
- Canaval Palacios, J. P. (2008). *Manual de propiedad intelectual*. Bogotá: Universidad del Rosario.
- Carta de Mexico. (30 de noviembre de 2014). *Talavera Poblana*. Recuperado el 23 de mayo de 2021, de [http://www.cartademexico.com/web/cdemeximg/2014-11-30\\_12-11-37\\_\\_\\_9664.png](http://www.cartademexico.com/web/cdemeximg/2014-11-30_12-11-37___9664.png)
- Castro San Carlos, A., Mujica, F., & Cussen, F. (10 de febrero de 2017). Chamantos y mantas corraleras de Doñihue: ascenso y consolidación de un textil con DO (1917-2016). *Revista Iberoamericana de viticultura, agroindustria y ruralidad*, 4(11), 4 - 30. Recuperado el 23 de Mayo de 2021, de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4695/469550538002/html/index.html>
- Ceballos Molano, R., & García Velasco, I. C. (2013). Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los tratados de libre comercio suscritos por Colombia. *Revista Prologómenos. Derechos y Valores*, 177.
- Cellitioci, J. (Noviembre de 2018). Propiedad Intelectual y la Mujer Peruana: Emprendimiento, Creatividad e Innovación. *Rol de las instituciones para inspirar y fomentar una mayor participación de la mujer en actividades emprendedoras, creativas y de innovación, 1*. (I. N. INDECOPI, Recopilador) Lima, Perú: Escuela Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual. Recuperado el 21 de Julio de 2021, de [https://www.esuela-indecopi.edu.pe/images/publicaciones/pdf/2019/EBOOK\\_PROPIEDAD\\_INTELECTUAL\\_Y\\_MUJER\\_PERUANA.pdf](https://www.esuela-indecopi.edu.pe/images/publicaciones/pdf/2019/EBOOK_PROPIEDAD_INTELECTUAL_Y_MUJER_PERUANA.pdf)
- Centro de Textiles Tradicionales Cusco. (2020). *Conoce a los tejedores*. Recuperado el 21 de Julio de 2021, de Conoce a los tejedores - Responsabilidad Social: <https://textilescusco.org/our-communities>
- Centro de Textiles Tradicionales Cusco. (2020). *Nuestro equipo*. Recuperado el 21 de Julio de 2021, de Junta de socios: <https://www.textilescusco.org/about-us%E2%80%93our-team>
- Cepeda-Palacio, S. D. (2014). Alcances actuales del concepto de marca. Un estudio comparativo, en la historia. *Entramado*, 128-142.



- Cepeda-Palacio, S. D. (2014). Alcances actuales del concepto de marca. Un estudio comparativo, en la historia. *Revista Entramado*, 130.
- Cevallos Molano, R. &. (2013). Protección legal de las denominaciones de origen y las marcas frente a los Tratados de Libre Comercio suscritos por Colombia. *Revista Prologómenos*, 175-189.
- Chuquitapa Cuno, D. (2017). La protección jurídica de las denominaciones de origen como una necesidad estratégica de desarrollo económico en la región del Cusco. Cusco, Perú: Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Recuperado el 27 de Enero de 2021
- Comisión Nacional del Pisco. (s.f.). *Normativa legal*. Recuperado el 28 de Febrero de 2021, de Evolución normativa del Pisco en el Perú: <https://conapisco.org.pe/normativa-legal.html>
- Cosamalón, J., Armas, F., Deustua, J., Monsalve, M., & Salinas, A. (2020). *Compendio de historia económica del Perú* (Vol. 4). (C. Contreras, Ed.) Lima, Perú: Banco Central de Reserva del Perú, Instituto de Estudios Peruanos. Recuperado el 16 de Febrero de 2020, de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/libros/historia/4-economia-de-la-primera-centuria-independiente.pdf>
- COSUDE - Agencia Suiza para el Desarrollo y la cooperación Programa PyMAGROS. (2006). *Denominacion de origen maiz blanco gigante Cusco* (primera ed.). (R. P. S.A.C, Ed.) Lima, Perú. Recuperado el 05 de agosto de 2021
- Daes, E.-I. A., UN. Special Rapporteur on Protection of the Cultur, & UN. Subcommission on Prevention of Discrimination . (28 de julio de 1993). Study on the protection of the cultural and intellectual property of indigenous peoples. *Estudio sobre la protección de la propiedad cultural e intelectual de los pueblos indígenas*, 56. Ginebra, Suiza. Recuperado el 05 de agosto de 2021, de <https://digitallibrary.un.org/record/170886?ln=es>
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR. (2020). Consultas del Programa de Turismo (Plan Q'ente, PERTUR de Cusco). Cusco, Perú: DIRCETUR. Recuperado el 04 de Julio de 2021, de [https://transparencia.regioncusco.gob.pe/attach/docs\\_normativo/planes/per/PER-DIRCETUR.pdf](https://transparencia.regioncusco.gob.pe/attach/docs_normativo/planes/per/PER-DIRCETUR.pdf)
- Falconi Pérez, C. (2009). Una perspectiva de las denominaciones geográficas en el siglo XXI: OMC y CAN. *Revista Jurídica de Propiedad Intelectual*(2), 127- 158. Recuperado el 28 de julio de 2021, de [https://www.revistajuridicaonline.com/wp-content/uploads/2010/01/127a158\\_una\\_perspectiva\\_.pdf](https://www.revistajuridicaonline.com/wp-content/uploads/2010/01/127a158_una_perspectiva_.pdf)
- Franquemont, E. M., Franquemont, C., & Isbell, B. J. (Julio de 1992). Awaq ñawin: El ojo del tejedor. La práctica de la cultura en el tejido. *Artículos, notas y documentos*(1), 47-80. Recuperado el 04 de Julio de 2021, de <https://ecommons.cornell.edu/handle/1813/2270>
- Gamboa Vilela, P., Boza Alzamor, S., Vilches Livia, D., Perea Málaga, V., Merchor Valderrama, B., Moscoso Villacorta, M., & Trajtman Kizner, R. (2013). *Analysis of Indecopi's Functions in Light of the Ruling of its Dispute Settlement Bodies* (1 ed.). (H. Tassano Velaochaga, & G. Hurtado Magán, Edits.) Lima, Indecopi, Perú. Recuperado el 28 de Julio de 2021
- Garcilaso de la Vega, I. (1609). *Comentarios Reales de los Incas* (1 ed., Vol. 1). Pedro Crasbeeck. Recuperado el 04 de Julio de 2021, de [http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190904031821/Comentarios\\_reales\\_1\\_Inca\\_Garcilaso\\_de\\_la\\_Vega.pdf](http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190904031821/Comentarios_reales_1_Inca_Garcilaso_de_la_Vega.pdf)
- Gobierno de Colombia. (s.f.). *Superintendencia de Industria y Comercio*. Recuperado el 22 de mayo de 2021, de Denominaciones de origen: <https://www.sic.gov.co/marcas/denominaciones-de-origen>
- Gonzalez de la Mora, F. (2018 de junio de 2018). *Forbes Mexico*. Recuperado el 23 de mayo de 2021, de Qué nos deja el CPTPP en protección de marcas: <https://www.forbes.com.mx/que-nos-deja-el-cptpp-en-materia-de-proteccion-de-marcas/>





- Gutiérrez Fuentes, L. A. (2017 - 2018). Denominaciones de origen y Consejos Reguladores. La Rioja: Universidad de La Rioja.
- Gutiérrez, C. (2016). *Lambayeque, algodón nativo y artesanía textil* (1 ed.). Lima, Perú: Fondo Editorial - USMP. Recuperado el 04 de Julio de 2021
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw W-Hill.
- Huamán Poma de Ayala, F. (2017). *Nueva crónica y buen gobierno* (Vol. 3). Lima, Perú: Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú. Recuperado el 19 de Julio de 2021
- Huertas Vallejos, L. (2004). Historia de la producción de vinos y piscos en el Perú. *Revista Universum*, 2(19), 44-61. Recuperado el 28 de Febrero de 2021, de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-23762004000200004&script=sci\\_arttext&lng=en](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-23762004000200004&script=sci_arttext&lng=en)
- INEI - Instituto Nacional de Estadística e Informática. (Enero de 2020). PERÚ: Estimados y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2020. (26). Lima, Perú. Recuperado el 04 de Julio de 2021, de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1715/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1715/libro.pdf)
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI. (2018). *Plataforma Virtual de Oportunidades sobre Conocimientos Colectivos*. Recuperado el 31 de Enero de 2021, de <https://www.indecopi.gob.pe/en/web/conocimientos-colectivos>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI. (Julio de 2019). Guía práctica de la denominación de origen Pisco. (I. N. INDECOPI, Ed.) Lima, Perú: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI. Recuperado el 28 de Febrero de 2021, de <https://repositorio.indecopi.gob.pe/handle/11724/7063>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (20 de junio de 2019). *Denominaciones de Origen Nacionales*. Obtenido de INDECOPI: <https://www.indecopi.gob.pe/marcas-que-puedo-proteger>
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (2019). *Guía práctica de la denominación de origen Pisco*. Lima: Dirección de Signos Distintivos.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2020). *Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2020*. Lima: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Instituto Nacional de Propiedad Industrial - INAPI. (s.f.). *¿Qué son los modelos de utilidad?* Recuperado el 31 de Enero de 2021, de <https://www.inapi.cl/portal/institucional/600/fo-article-746.pdf>
- Jewell, C. (Junio de 2013). Bayas, bebidas y desarrollo de marcas. *OMPI Revista*. Recuperado el 16 de Julio de 2021, de [https://www.wipo.int/wipo\\_magazine/es/2013/03/article\\_0005.html](https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2013/03/article_0005.html)
- Kresalja Rosselló, B. J. (2010). Desarrollo del Derecho de la Propiedad Industrial en el Perú: Realidad actual y perspectivas futuras. *Anuario Andino de Derechos Inletectuales*, 449-450.
- Kresalja Rosselló, B. J. (2017). *Las creaciones industriales y su protección jurídica. Patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y secretos empresariales* (1 ed., Vol. 26). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Fondo editorial. Recuperado el 27 de Enero de 2021
- Les AOP laitières françaises. (2013). *Roquefort*. Recuperado el 17 de julio de 2021, de <https://www.fromages-aop.com/fromage/roquefort/>



- Lizarazu Montoya, R. (2014). *Manual de propiedad industrial* (1 ed.). Colombia: LEGIS EDITORES S.A. Recuperado el 28 de Enero de 2021, de <https://librosdigitales.legis.co/reader/manual-de-propiedad-industrial-1601052208?location=3>
- Manquillo Astaíza, N. A. (julio - diciembre de 2019). La vulnerabilidad del sector artesanal colombiano en el ámbito nacional e internacional como “negocio de conocimiento tradicional”. Estudio de caso: la denominación de origen artesanal Guacamayas en el acuerdo comercial entre Colombia, Perú y la Unión Eur. *Revista de la Propiedad Inmaterial*(28), 167 - 209. doi:<https://doi.org/10.18601/16571959.n28.06>.
- Maraví Contreras, A. (2014). Introducción al Derecho de los Marcas y otros Signos Distintivos en el Perú. *Foro Jurídico*, 58-68. Recuperado el 31 de Enero de 2021, de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/forojuridico/article/view/13774/14398>
- Mendoza Munar, L. (24 de Marzo de 2020). Análisis de la propiedad industrial en Colombia: Un análisis de la Decisión Andina 486 del año 2000. *Inciso*, 22(1), 102 - 114. doi:<http://dx.doi.org/10.18634/incj.22v.1i.996>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo . (s.f.). *Acuerdos comerciales del Perú*. Recuperado el 22 de Mayo de 2021, de Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC): [http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En\\_Vigencia/APEC/inicio.html](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/En_Vigencia/APEC/inicio.html)
- Ministerio de Desarrollo Agrario y Riesgo. (s.f.). *PROTECCIÓN DE DERECHO DE OBTENTOR DE VARIETADES VEGETALES*. Recuperado el Enero de 21 de 2021, de <https://www.inia.gob.pe/protec-obtentor/>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (s.f.). *Convenio para evitar la doble Imposición*. Recuperado el 03 de Febrero de 2021, de [https://www.mef.gob.pe/es/?option=com\\_content&view=article&id=302&Itemid=100878](https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&view=article&id=302&Itemid=100878)
- Ministerio de Relaciones Exteriores. (27 de Mayo de 2015). *Adoptan Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa relativo a las Denominaciones de Origen y las Indicaciones Geográficas*. Recuperado el 06 de Febrero de 2021, de <http://www.consulado.pe/es/Lisboa/Paginas/Noticia.aspx#:~:text=Otros%20miembros%20importantes%20del%20Arreglo,con%20denominaciones%20de%20origen%20protegida>
- Miró Linares, F. (2007). El futuro de la propiedad intelectual desde su pasado. La historia de los derecho de autor y su porvenir ante la revolución de internet. *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche*, 104-155.
- Mitelman, C. O. (29 de Agosto de 2000). Denominaciones de origen. *Comercio Exterior*, 1-2. Recuperado el 22 de Mayo de 2021, de [http://www.obligado.com.ar/pdfs/denominacion\\_de\\_origen.pdf](http://www.obligado.com.ar/pdfs/denominacion_de_origen.pdf)
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 73.
- Moncada Zilleruelo, R. (2012). Chamanto. *Chamanto*. Museo Regional de Rancagua, Santiago de Chile, Chile. Recuperado el 23 de mayo de 2021, de [https://www.museodelinares.gob.cl/639/articles-71986\\_archivo\\_01.pdf](https://www.museodelinares.gob.cl/639/articles-71986_archivo_01.pdf)
- Moscoso Barrio, M. (22 de octubre de 2019). Tejido en escena: Configuración de espacios de exhibición, comerciales y femeninos en los centros de textiles de Chinchero, Cusco. Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/15239>
- MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MORROPÓN. (s.f.). *CERÁMICA DE CHULUCANAS*. Recuperado el 28 de Febrero de 2021, de <https://www.munichulucanas.gob.pe/index.php/turismo-nuevo/ceramica-de-chulucanas.html>
- Núñez Grijalva, J., & Madrid Villacís, D. (2017). Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas en el Ecuador: importancia, necesidad de desarrollo y perspectivas jurídicas.





- Recuperado el 28 de julio de 2021, de  
<http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2327>
- Oehlerich de Zurita, A. (1999). *Ni robo ni limosna. Pueblos indígenas y propiedad intelectual* (primera ed.). Santa Cruz, Bolivia: Snta Cruz IBIS. Recuperado el 05 de agosto de 2021
- Olaya Nohra, M. (1991). Funciones de las marcas y SII relación con la figura del consumidor. *Thémis*(18), 46-49. Recuperado el 31 de Enero de 2021, de  
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/themis/article/view/10880>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (s.f.). "Qué es la propiedad intelectual?" *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI, 2.*
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (2007). *Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI*. Recuperado el 06 de Febrero de 2021, de Panorama General:  
[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/general/1007/wipo\\_pub\\_1007.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/general/1007/wipo_pub_1007.pdf)
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (2008). "La propiedad intelectual y la artesanía tradicional". *WIPO - Intelectual Property Handbook, 2.*
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (2012). *CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS* (10 ed., Vol. 2). Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. Recuperado el 03 de Febrero de 2021, de  
<https://www.wipo.int/export/sites/www/classifications/nice/es/pdf/10esp2.pdf>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (2016). *Principios básicos de la propiedad industrial*. Recuperado el 27 de Enero de 2021, de  
[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_895\\_2016.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf)
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (2017). Las indicaciones geográficas - Introducción. *Las indicaciones geográficas - Introducción*. Ginebra, Suiza: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. Recuperado el 03 de Febrero de 2021, de  
[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/geographical/952/wipo\\_pub\\_952.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/geographical/952/wipo_pub_952.pdf)
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (s.f.). *Derecho de Autor*. Recuperado el 27 de Enero de 2021, de ¿Qué es el Derecho de Autor?: <https://www.wipo.int/copyright/es/>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (s.f.). *Información por país: Perú*. Recuperado el 06 de Febrero de 2021, de  
[https://www.wipo.int/members/es/details.jsp?country\\_id=137](https://www.wipo.int/members/es/details.jsp?country_id=137)
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (s.f.). *Objetivo y características principales del Arreglo de Lisboa*. Recuperado el 06 de Febrero de 2021, de  
<https://www.wipo.int/lisbon/es/general/>
- Organización Mundial De La Propiedad Intelectual - OMPI. (s.f.). *Patentes*. Recuperado el 31 de Enero de 2021, de <https://www.wipo.int/patents/es/>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (s.f.). *Reseña histórica de la OMPI*. Recuperado el 22 de Enero de 2021, de <https://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual - OMPI. (s.f.). *Tratados administrados por la OMPI*. Recuperado el 04 de Julio de 2021, de <https://www.wipo.int/treaties/es/>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2016). *Principios básicos del derecho de autor y los derechos conexos*. Recuperado el 27 de Enero de 2021, de  
[https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo\\_pub\\_909\\_2016.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_909_2016.pdf)
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de marzo de 2021, de Café Villa Rica: <https://www.wipo.int/ipdl-lisbon/map-result-detail?key=893>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de Loche de Lambayeque: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?ENG+LISBON+17-00+21625532-KEY+256+0+901+F-ENG+1+1+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-ENG,COO+%22LOCHE+DE+LAMBAYEQUE+%22>



- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de Maca Junín - Pasco: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?SPA+LISBON+17-00+11525728-KEY+256+0+903+F-SPA+1+1+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-SPA+PRO%2fMACA+>.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de Aceituna de Tacna: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?ENG+LISBON+17-00+21650137-KEY+256+0+1121+F-ENG+2+2+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-ENG,COO+Tacna>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de Cacao Amazonas Perú: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?ENG+LISBON+17-00+21655191-KEY+256+0+1120+F-ENG+1+1+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-ENG,COO+Amazonas>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 16 de Febrero de 2020, de Maíz Blanco Gigante Cusco: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?SPA+LISBON+17-00+11527153-KEY+256+0+868+F-SPA+1+1+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-SPA+PRO%2fMaiz+>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de Chulucanas: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?ENG+LISBON+17-00+21642709-KEY+256+0+869+F-ENG+1+1+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-ENG,COO+CHULUCANAS>
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de Café Machu Picchu Huadquiña: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?SPA+LISBON+17-00+11496358-KEY+256+0+902+F-SPA+7+8+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-SPA+OO%2fPE>
- Organización Mundial de Propiedad Intelectual. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de Palla de Ica: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?SPA+LISBON+17-00+11496358-KEY+256+0+885+F-SPA+4+8+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-SPA+OO%2fPE+>.
- Organización Mundial del Comercio. (s.f.). *Visión general*. Recuperado el 22 de Mayo de 2021, de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/wto\\_dg\\_stat\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/wto_dg_stat_s.htm)
- Ossorio, M. (2010). *“Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales”*. Buenos Aires: Heliasa S.R.L.
- Palencia Avendaño, M. L. (2017). "Metología de la Investigación". *"Metología de la Investigación"*. Boyacá, Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Recabarren, E. (mayo de 2014). *Indicaciones geográficas: una herramienta de diferenciación*. Recuperado el 28 de julio de 2021, de <https://www.odepa.gob.cl/publicaciones/articulos/indicaciones-geograficas-una-herramienta-de-diferenciacion>
- Rivera Campos, G., & Riveros Serrato, H. (s.f). Estudio de caso sobre el proceso de obtención de la Denominación de Origen del Maíz Blanco Gigante Cusco – Perú y principales logros alcanzados . *Consultoría realizada para la FAO y el IICA en el marco del estudio conjunto sobre los productos de calidad vinculada al origen*. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO. Recuperado el 16 de Febrero de 2020, de <http://www.fao.org/3/bt588s/bt588s.pdf>
- Rivera Campos, G., & Riveros Serrato, H. (s.f.). Estudio de caso sobre el proceso de obtención de la Denominación de Origen del Maíz Blanco Gigante Cusco – Perú y principales logros alcanzados. *Estudio de caso sobre el proceso de obtención de la Denominación de Origen del Maíz Blanco Gigante Cusco – Perú y principales logros alcanzados*. Recuperado el 03 de Febrero de 2021, de <http://www.fao.org/3/bt588s/bt588s.pdf>



- Rodríguez Martínez, C. T. (2018). La agricultura: Las haciendas y las nuevas formas de explotación de la tierra (1630 a 1720). Lima, Perú: Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. Obtenido de <https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/3233/MONOGRAF%C3%8DA%20-%20RODR%C3%8DGUEZ%20MART%C3%8DNEZ.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rostworowski de Diez Canseco, M. (2017). *Historia del Tahuantinsuyo* (3 ed., Vol. 1). Lima, Perú: IEP Instituto de Estudios Peruanos. Recuperado el 04 de Julio de 2021
- Rubio Correa, M. (1999). *Estudio de la Constitución Política de 1993* (1 ed., Vol. 1). Lima, Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú - Fondo Editorial. Recuperado el 31 de Enero de 2021
- Ruiz, M. (2008). Una lectura crítica de la Decisión 391 de la Comunidad Andina y su puesta en práctica en relación con el Tratado Internacional. *Recursos Naturales y Ambiente*(53), 136-147. Recuperado el 21 de Enero de 2021, de [https://www.spda.org.pe/\\_data/archivos/Pag136-147.pdf](https://www.spda.org.pe/_data/archivos/Pag136-147.pdf)
- Salinas Yábar, V. A. (2017). Descripción estética de las representaciones de la naturaleza en el tejido inca. Cusco, Cusco, Perú: Universidad Nacional Diego Quispe Tito.
- Salmón Gárate, E., & Acuña Pereda, E. (2009). En búsqueda de una real protección internacional de los pueblos indígenas y sus derechos de propiedad intelectual: la importancia de defender lo diferente. *Anuario Andino de Derechos Intelectuales*(5). Obtenido de <http://www.anuarioandino.com/Anuarios/Anuario05/art08/ANUARIO%20ANDINO%20ART08.pdf>
- Sánchez Del Solar, M. Á. (2008). Denominaciones de origen en el Perú: desafíos y oportunidades. *Revista de la Competencia y de la Propiedad Intelectual*, 4(6), 49-87. Recuperado el 03 de Febrero de 2021, de <https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/70>
- Santamaria, P. (17 de octubre de 2015). *ABC Gastronomía*. Recuperado el 23 de mayo de 2021, de Qué es y como se consigue una D.O en España: <https://www.abc.es/viajar/gastronomia/20150829/abci-denominaciones-origen-espana-201508200814.html?ref=https://www.google.com/>
- Sarmiento de Gamboa, P. (1572). *Historia de los Incas* (Vol. 1). Fundación El Libro Total proyecto de responsabilidad social e intelectual de la firma Sistemas y Computadores S.A. Recuperado el 04 de Julio de 2021, de <https://www.llibrototal.com/ltotal/?t=1&d=3592>
- Studio Legale Saglietti Bianco. (21 de octubre de 2019). *Denominación de origen controlada: ¿qué significa?* Recuperado el 17 de julio de 2021, de <https://www.sagliettibianco.com/denominazione-di-origine-controllata-cosa-significa/>
- Suarez Fuentes, K. (2018). Los derechos de los productores del café de Chanchamayo respecto de las denominaciones de origen en el marco del Mercosur. Lima, Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20149/Suarez\\_FK.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/20149/Suarez_FK.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Vargas Cárdenas, A. (Noviembre de 2018). Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico (CPTPP). *Implicancias para Chile de su próxima entrada en vigencia internacional*(12). Santiago de Chile, Chile: Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. Recuperado el 23 de mayo de 2021, de <https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmTIPO=DOCUMENTOCOMUNICACIONCUENTA&prmID=79273#:~:text=El%20Tratado%20Integral%20y%20Progresista%20de%20Asociaci%C3%B3n%20TransPac%C3%ADfico%20>
- Velsid. (17 de agosto de 2011). *Queso Parmesano*. Recuperado el 17 de julio de 2021, de <https://gastronomiaycia.republica.com/2011/08/17/queso-parmesano/>



- VenD1. (s.f.). *HISTOIRE DE LA TOILE DE CHOLET ET DES MOUCHOIRS*. Recuperado el 17 de julio de 2021, de <http://www.vend1.fr/histoire-de-la-toile-de-cholet-mouchoirs-cholet/>
- Villafuerte Martín, A. L. (2015). Propuesta metodológica para la incorporación de variables territoriales en la determinación del valor de marca de las indicaciones geográficas agroalimentarias. Córdoba, Argentina: Universidad de Córdoba. Obtenido de <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/13094>
- WIPO. (s.f.). *Lisbon Express*. Recuperado el 07 de Marzo de 2021, de Pisco: <https://www.wipo.int/cgi-lis/ifetch5?ENG+LISBON+17-00+21635959-KEY+256+0+865+F-ENG+1+2+1+25+SEP-0/HITNUM,NO,APP-ENG,COO+Pisco+>
- Yancaya Calvo, V. H. (2008). *Chincheró: Entretejiendo cultura* (1 ed.). Cusco, Perú: Instituto Nacional de Cultura, Dirección Nacional de Cultura Cusco. Recuperado el 04 de Julio de 2021



# ANEXOS



ANEXO 1

TÍTULO	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	CATEGORÍAS DE ESTUDIO	METODOLOGÍA
<p><b>“PLAN PARA EL RECONOCIMIENTO DE LOS TEXTILES DE CHINCHERO COMO DENOMINACIÓN DE ORIGEN EN EL MARCO DE LA DECISIÓN 486 DE LA COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES”</b></p>	<p><b>Problema general:</b> ¿Cuáles son las razones por las que los textiles de Chinchero deberían ser reconocidos como denominación de origen teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 201 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, Régimen Común sobre Propiedad Industrial?</p> <p><b>Problemas específicos:</b></p> <p>¿Cuál es el rol de las entidades públicas y/o privadas para gestionar el reconocimiento de las denominaciones de origen?</p> <p>¿Cómo se puede articular el trabajo conjunto de entidades para solicitar el reconocimiento de los Textiles de Chinchero como denominación de origen?</p> <p>¿Cuál es el procedimiento para solicitar que los Textiles de Chinchero sean declarados como denominación de origen?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Argumentar las razones por las que los Textiles de Chinchero deberían ser reconocidos como denominación de origen teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 201 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones, Régimen Común sobre Propiedad Industrial.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>a) Determinar cuál es el rol de las entidades públicas y/o privadas para gestionar el reconocimiento de las denominaciones de origen.</p> <p>b) Evaluar cómo se puede articular el trabajo conjunto de entidades para solicitar el reconocimiento de</p>	<p><b>Técnicas:</b></p> <p>-Entrevistas</p> <p>-Observación</p> <p>-Análisis de expediente</p> <p>- Recopilación de datos</p> <p><b>Instrumentos:</b></p> <p>-Cuestionario</p> <p>-Cámara de celular</p> <p>-Ficha de extracción de datos</p> <p>-Ficha bibliográfica</p> <p>-Transcripción de entrevistas</p>	<p><b>-Rol de entidades.</b> Subcategorías: Información, diagnóstico, gestión, administración y fiscalización.</p> <p><b>-Trabajo conjunto de entidades.</b> Subcategorías: Capacitaciones, coordinaciones y organización; y promoción.</p> <p><b>-Propiedad intelectual.</b> Subcategorías: Protección, conservación, reconocimiento y beneficios.</p> <p><b>-Decisión 486 de la Comunidad Andina de Naciones – Denominación de origen.</b></p>	<p><b>Nivel de investigación:</b> Explicativo.</p> <p><b>Diseño de la investigación:</b> Teoría fundamentada.</p> <p><b>Población:</b> -El presente proyecto se desarrolló entre la provincia de Urubamba, distrito de Chinchero y la provincia de Cusco.</p> <p><b>Muestra:</b> -Desde el mes de junio hasta el mes de octubre del año 2021.</p>