



Calidad diferenciada en los alimentos: DOP e IGP

La calidad de un producto es un concepto subjetivo, además de continuo y dinámico. En ese concepto continuo de calidad, seguramente, lo primero que demanda la mayoría de los consumidores de un producto agroalimentario está relacionado con su capacidad para alimentarnos sin poner en riesgo nuestra salud. Superados los objetivos de abastecimiento y seguridad alimentaria, surge un nuevo escalón: la **calidad diferenciada de los alimentos**, que lleva implícito la garantía de cumplimiento de requisitos superiores a los exigidos para el resto de productos.

España fue pionera en la regulación de la calidad diferenciada vinculada a un origen geográfico, cuyos orígenes se remontan al Estatuto del Vino del año 1932 con el que se intenta por vez primera regular el sector así como establecer una definición de Denominación de Origen: "nombre geográfico conocido en el mercado nacional o extranjero, como empleados para la designación de vinos típicos que respondan a unas características especiales de producción y a unos procedimientos de elaboración y crianza utilizados en la comarca o región de la que toman el nombre geográfico". Con la aprobación de la Ley 25/1970 del Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes da comienzo una segunda etapa ya que dicho marco legislativo no se limita exclusivamente a la uva o al vino sino que se extiende a otros productos agrícolas. Posteriormente tienen lugar dos acontecimientos importantes, por un lado la promulgación de la Constitución Española de 1978, que configura el Estado de las Autonomías, lo que determina que las competencias en materia de agricultura sean asumidas por las comunidades autónomas (art. 148), y por otro lado el ingreso de España en la Unión Europea (UE) en 1986, lo que supone la aceptación del acervo comunitario y el reconocimiento de la supremacía de sus normas sobre el ordenamiento jurídico interno. Tanto en la UE como en España la calidad alimentaria se ve impulsada por la entrada en vigor de dos reglamentos: R(CEE) 2081/92 y R(CEE) 2082/92, en la actualidad derogados por los reglamentos R(CE) 510/2006 y R(CE) 509/2006 respectivamente. El objetivo de esta publicación es analizar la evolución e importancia económica de los productos de calidad diferenciada en la UE y, en particular, en España.

1. LA POLÍTICA DE CALIDAD EN LA UNIÓN EUROPEA

El concepto de calidad está relacionado con la satisfacción de las expectativas de los consumidores y, en los últimos años, se ha convertido en un factor esencial tanto para productores como para compradores. La calidad es una de las herramientas más importantes con que cuentan los agricultores europeos para hacer frente a la competencia, cada vez mayor, de los países emergentes. Por otro lado, las últimas crisis agroalimentarias unidas al mayor poder adquisitivo de la población son responsables de que los consumidores concedan cada vez mayor importancia a la calidad de los alimentos, con una creciente demanda de productos agrícolas y alimenticios de un origen geográfico determinado. Ligado a estas variables geográficas aparecen los alimentos de calidad diferenciada ("productos que están protegidos por normativa comunitaria que garantiza el cumplimiento de unos requisitos superiores a los exigidos para el resto de productos"), estos fomentan la diversificación de la producción agrícola, para conseguir un mayor equilibrio en el mercado entre la oferta y la demanda. Asimismo estos productos poseen determinadas características geográficas que pueden resultar muy beneficiosas para el mundo rural al contribuir a la mejora de la renta de los agricultores y al asentamiento de la población rural en esas zonas.

Para desarrollar esta Política de Calidad, la UE ha adoptado una serie de regímenes de calidad específicos, entre los que se encuentran las indicaciones geográficas. Estos instrumentos permiten valorizar los productos garantizando, tanto la protección del consumidor contra prácticas abusivas, como la lealtad de las transacciones comerciales. Además aumentan la credibilidad de los productos a ojos de los consumidores y facilitan una competencia leal entre productores.

PROTECCIÓN

PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y ALIMENTICIOS: R(CE) 510/2006, artículo 13.

1. Las denominaciones registradas estarán protegidas contra:

- Toda utilización comercial, directa o indirecta, de una denominación registrada para productos no amparados por el registro, en la medida en que sean comparables a los productos registrados bajo dicha denominación o en la medida en que al usar la denominación se aprovechen de la reputación de la denominación protegida.
- Toda usurpación, imitación o evocación, aunque se indique el origen verdadero del producto y aunque la denominación protegida esté traducida o vaya acompañada de una expresión como "género", "tipo", "método", "estilo", "imitación" o una expresión similar.
- Cualquier otro tipo de indicación falsa o falaz en cuanto a la proceden-

cia, el origen, la naturaleza o las características esenciales de los productos, en el envase o en el embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos a los productos de que se trate, así como la utilización de envases que por sus características puedan crear una impresión errónea acerca de su origen.

- Cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor sobre el auténtico origen del producto.

Cuando una denominación registrada contenga ella misma el nombre de un producto avícola o alimenticio considerado como genérico, la utilización de dicho nombre genérico para los productos agrícolas o alimenticios correspondientes no se considerará contraria al párrafo primero, letras a) o b)

VINO: R(CE) 1234/2007, norma en la que ha quedado integrada la OCM vitivinícola por mediación del R(CE) 491/2009 (Artículo 118 *quaterdecies*). **Ley 24/2003**, Título II, capítulo I. Artículo 18.

BEBIDAS ESPIRITUOSAS: R(CE) 110/2008. Artículo 16.

1.1. Definición y caracterización de los instrumentos existentes

La primera regulación comunitaria de estos instrumentos data de principios de los 90, si bien, en octubre de 2008, la Comisión publica el **Libro Verde** sobre la Calidad de los Productos Agrícolas, se trata de una comunicación de reflexión intermedia según la cual, por indicación geográfica se entiende una denominación que describe un producto agrícola o alimenticio que debe sus características o su reputación a la zona geográfica de la que es originario. La UE ha creado registros de indicaciones geográficas para los productos agrícolas y alimenticios, los vinos y las bebidas espirituosas. El objetivo de esta medida es facilitar la protección de los derechos de propiedad intelectual de las denominaciones de los productos con derecho a ellas.

La expresión "indicaciones geográficas" incluye las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP). Existen tres regímenes (productos agrícolas y alimenticios, vinos y bebidas espirituosas) y tres instrumentos (DOP, IGP e Indicación Geográfica de bebidas espirituosas). Estos instrumentos vienen regulados para los diferentes regímenes por diversas normas nacionales y comunitarias:

Tabla 1: Regímenes de protección y normativa en vigor

Regímenes de protección	Normativa en vigor
Productos agrícolas y alimenticios no vínicos	R(CE) 510/2006 Ley 25/1970
Sector vitivinícola	R(CE)1234/2007, norma en la que ha quedado integrada la OCM vitivinícola por mediación de R(CE) 491/2009. Ley 24/2003 de la Viña y el Vino
Bebidas espirituosas	R(CE) 110/2008

Por otro lado, la Comisión Europea, con fecha 31 de agosto de 2011, ha presentado una propuesta de reglamento sobre la definición, designación, presentación, etiquetado y protección de las indicaciones geográficas de los productos vitivinícolas aromatizados. Concretamente, en el Capítulo III se establecen las normas sobre las indicaciones geográficas de conformidad con las obligaciones internacionales de la UE.

1.2. Productos agrícolas y alimenticios

El R(CE) 510/2006 establece las definiciones de los diferentes instrumentos:

- *“Denominación de origen protegida”*: nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto agrícola o un producto alimenticio originario de dicha región, de dicho lugar determinado o de dicho país, cuya calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico y cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.

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

Tabla 2: Diferencias entre DOP e IGP

	DOP	IGP
Originario del territorio	SI	SI
Vínculo del producto con el medio geográfico	Calidad o características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico	Una cualidad determinada, una reputación u otra característica que pueda atribuirse a dicho origen geográfico
Se realizan en la zona geográfica delimitada	Producción, transformación y elaboración	Producción, transformación y/ o elaboración

En otras palabras, se trata de figuras que se emplean para proteger legalmente ciertos alimentos que se producen en una zona determinada, contra productos de otras zonas que quisieran aprovechar el buen nombre que han creado los originales, en un largo tiempo de fabricación o cultivo. Así, los productores que se acogen a una denominación de origen, se comprometen a mantener la calidad lo más alta posible y a mantener también ciertos usos tradicionales en la producción.

La ventaja fundamental de estas herramientas de calidad es que garantizan al consumidor un nivel de calidad constante y unas características específicas. A cambio, los productores obtienen una protección legal contra la producción o elaboración de tales productos en otras zonas, aunque se utilicen los mismos ingredientes y procedimientos, que les permite mejorar el precio final de éstos. Asimismo esta figura fomenta la organización del sector productivo y facilita el acceso de productores a mercados nacionales e internacionales.

1.3. Sector vitivinícola

El sector vitivinícola está regulado a nivel europeo por el R(CE) 1234/2007, norma en la que ha quedado integrada la OCM vitivinícola por mediación del R(CE) 491/2009, mientras que a nivel nacional lo está por la Ley 24/2003 de la Viña y el Vino. Dicha ley establece en su artículo 13 los distintos niveles a los que pueden acogerse los vinos elaborados en España.

- *“Denominación de origen”*: nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país, que sirve para designar un producto que cumple los requisitos siguientes:

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

- *“Indicación geográfica”*: una indicación que se refiere a una región, a un lugar determinado o, en casos excepcionales, a un país, que sirve para

designar un producto referido en el artículo 118 bis, apartado 1, que cumple los requisitos siguientes:

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

Tabla 3: Correlación existente entre la normativa nacional y la normativa comunitaria.

Ley 24/2003	R(CE) 1234/2007
1. Vinos de mesa con derecho a la mención tradicional de “vino de la tierra	IGP
2. Vinos de calidad producidos en una región determinada (vcprd)	
- vinos de calidad con indicación geográfica	DOP
- vinos con denominación de origen	DOP
- vinos con denominación de origen calificada	DOP
- vinos de pago	DOP

1.4. Indicación Geográfica de Bebidas Espirituosas, R(CE) 110/2008

- *“Indicación geográfica”*: aquella que identifique a una bebida espirituosa como originaria del territorio de un país o de una región o localidad de ese territorio, si determinada calidad, reputación u otras características de la bebida espirituosa son imputables fundamentalmente a su origen geográfico.

Tabla 4: Relación de distintivos aprobados a nivel nacional.



	DOP	IGP
PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y ALIMENTICIOS		
Productos de Origen animal		
quesos	26	2
Lácteos	0	0
leche	0	0
mantequillas	2	0
carne fresca	0	17
embutidos	0	7
Cárnicos	5	1
jamones	5	1
Otros:cecina	0	1
Otros: Iacón	0	1
Productos de Origen vegetal		
Aceites de Oliva Virgen	29	1
Arroces	3	0
Condimentos y especias	3	0
Frutas	11	6
Hortalizas	5	18
Legumbres	1	7
Aceitunas	1	0
Frutos diversos	2	0
Productos de la Pesca y de la Acuicultura		
Pescados y moluscos	1	2
Otros productos		
Mieles	2	1
Prod. Panadería, pastelería..	0	15
Vinagres	3	0
Sidra	1	0
TOTAL	95	79
VINOS		
Vinos DOP	87	
Vinos IGP		43
TOTAL	87	43
BEBIDAS ESPIRITUOSAS		
IG de bebidas espirituosas		16
TOTAL	0	16

Fuente: SG. Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica.

En 2008, la publicación del **Libro Verde** sobre la Calidad de los Productos Agrícolas, abre un proceso de reflexión sobre cómo elaborar el marco legal y regulador más adecuado para preservar y promover la calidad de estos productos sin crear costes ni cargas adicionales para usuarios y consumidores. Este procedimiento se inicia para recabar opiniones de organizaciones y ciudadanos interesados en la calidad de los productos agrícolas con el objeto de determinar si los instrumentos existentes en materia de calidad agroalimenta-

ria son los adecuados o pueden mejorarse e impulsar la revisión de la Política de Calidad Alimentaria de la UE. En Mayo de 2009, basada en las respuestas de las partes interesadas, la Comisión publica una Comunicación a la que suceden propuestas legislativas para la Reforma de la Política de Calidad. Posteriormente, en diciembre de 2010, la Comisión Europea publica una **propuesta de Reglamento sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas** que forma parte del “Paquete de Calidad”. Este paquete contiene un conjunto de propuestas cuyo objetivo es poner en marcha una política coherente de calidad de los productos agrícolas destinada a ayudar a los agricultores a comunicar mejor las cualidades, características y atributos de sus productos y a garantizar una información adecuada a los consumidores.

El Reglamento propuesto se aplica a los regímenes de calidad de los productos agrícolas destinados al consumo humano, del que se excluyen las bebidas espirituosas, los productos vitícolas y vinos aromatizados. El objetivo de la propuesta de Reglamento es impulsar las actividades agrarias y los métodos de producción asociados a los productos de calidad así como establecer unas normas en relación a los controles que han de efectuarse, reforzando su capacidad para garantizar que los productos DOP e IGP respeten los pliegos de condiciones y se etiqueten correctamente en el mercado. La aprobación de este Reglamento supondría la derogación de los R(CE) 509/2006 y R(CE) 510/2006.

2. IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LOS ALIMENTOS DE CALIDAD DIFERENCIADA

2.1. Importancia económica en Europa

Productos agrícolas y alimenticios:

En la tabla 5 se muestra el número de DOP e IGP de los productos agrícolas y alimenticios registrados por la Comisión Europea, así como aquellos solicitados y publicados hasta la fecha actual. La UE-27 cuenta con un total de 1179 herramientas de calidad. De estas herramientas 593 se corresponden con DOP, ocupando España el segundo puesto en cuanto a número con un 16,02%, por detrás de Italia. Por otro lado, el número de IGP a nivel comunitario es de 586 ocupando nuestro país la tercera posición con un 13,48%, por detrás de Francia e Italia que ocupan la primera y segunda posición respectivamente.

Tabla 5: DOP e IGP de productos agrícolas y alimenticios en la UE-27.

DOP E IGP DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS Y ALIMENTICIOS EN UE-27						
Países	Nº DOP	Nº IGP	Total	%	PRA	%
Alemania	33	68	101	8,33	45043,77	12,67
Austria	8	6	14	0,49	6452,32	1,81
Bélgica	3	6	9	0,49	7757,06	2,18
Bulgaria	0	1	1	0,08	3831,94	1,08
Chipre	1	2	3	0,16	694,66	0,20
Dinamarca	0	7	7	0,57	9214,2	2,59
Eslovaquia	0	7	7	0,57	1902,32	0,54
Esllovenia	7	10	17	0,82	1091,76	0,31
España	95	79	174	6,46	39032,56	10,98
Estonia	0	0	0	0,00	636,16	0,18
Finlandia	5	1	6	0,08	4158,6	1,17
Francia	93	118	211	9,65	66651,3	18,74
Grecia	73	27	100	2,21	10244,84	2,88
Hungría	6	5	11	0,41	6561	1,85
Irlanda	1	3	4	0,25	5633,65	1,58
Italia	158	100	258	8,18	44349,34	12,47
Letonia	0	0	0	0,00	933,78	0,26
Lituania	1	3	4	0,25	2004,78	0,56
Luxemburgo	2	2	4	0,16	297,81	0,08
Malta	0	0	0	0,00	124,71	0,04
Países Bajos	5	3	8	0,25	24772,03	6,97
Polonia	9	18	27	1,47	19437,2	5,47
Portugal	65	62	127	5,07	6998,14	1,97
Reino Unido	21	31	52	2,53	23371,79	6,57
República Checa	6	23	29	1,88	3989,66	1,12
Rumanía	0	1	1	0,08	15341,51	4,31
Suecia	1	3	4	0,25	5046,08	1,42
Total UE-27	593	586	1179	100	355572,97	100,00
Total UE-15	563	516	1079	-	299023,50	-
Total UE-12	549	506	1055	-	261391,43	-

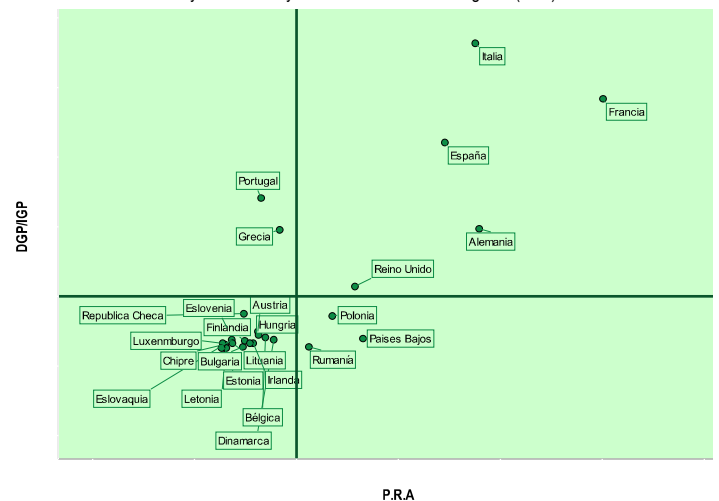
Fuente: Base de datos “DOOR database” y EUROSTAT.

La tabla 5 solo hace referencia al número de denominaciones existentes en los distintos estados miembros (EEMM) y establece una mayor comparación entre las herramientas de calidad de los EEMM resulta complicado debido a la influencia de un alto número de factores, tales como el nivel de producción o de comercialización. Así por ejemplo el volumen de producción de una indicación geográfica española puede ser equiparable al volumen de producción de varias indicaciones de otro EEMM o viceversa. España ha utilizado estas herramientas en mayor proporción de lo que le correspondería en virtud de su Producción de la Rama Agraria (PRA), y de modo equilibrado entre DOP e IGP, siguiendo una pauta similar a la de la UE-27 y Francia, si bien, de un modo diferente a Italia y Alemania, desequilibradas a favor de sus DOP en el primer caso e IGP en el segundo.

El uso de estas herramientas se incrementa año tras año en los diferentes países comunitarios, fomentado por el interés del sector en dar a sus productos un valor añadido que responda a las exigencias de los consumidores, lo que ha sido coherente con la línea seguida por la Política Agrícola Comunitaria (PAC).

Así, en España, desde el año 2002 hasta la actualidad, el número de DOP se ha incrementado en un 196,9 %, siendo el país comunitario en el que se ha detectado un mayor aumento de estas herramientas durante este intervalo de tiempo, por delante de Francia (con incrementos del 126,8%), Italia (116,4%), Portugal (38,3%) y Grecia (21,7%). Una evolución similar ha tenido lugar en el caso de las IGP, desde 2002 el número de estas herramientas ha visto incrementado su número en España en un 276,2%, un incremento muy superior al observado en Portugal (106,7%), Francia (78,8%) o Grecia (35%).

Gráfico 1: Comparativa entre los países de la UE-27 en función de las DOP e IGP de productos agrícolas y alimenticios y Producción de la Rama Agraria (PRA).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de “DOOR database” y EUROSTAT

En el gráfico 1, se observa que los países que poseen una PRA y una DOP/IGP superior a la media de la UE-27, situados en el cuadrante superior derecho, son Francia, Italia, España, Alemania y Reino Unido. Por otro lado, la mayor parte de los países de la UE-27 se sitúan en el punto opuesto a los anteriores, es decir, por debajo de la media tanto en el número de DOP/IGP como en el valor de PRA. Cabe destacar a Portugal y Grecia por su elevado uso de DOP/IGP en comparación con su PRA, en contraposición con otros países, que a pesar de tener una PRA superior a la media hacen un escaso uso de las herramientas de calidad, como Rumanía, Polonia, Países Bajos y, en menor medida, Reino Unido.

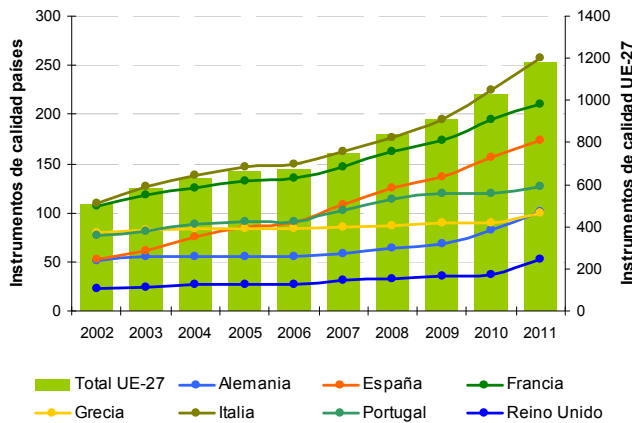
En el gráfico 2 se analiza la evolución del número de herramientas de calidad de productos agrícolas y alimenticios en los países con mayor número de registros en la UE-27, que son Alemania, España, Francia, Grecia, Italia, Portugal y Reino Unido.

Como se puede apreciar, la evolución del número de indicaciones geográficas (DOP+ IGP) registradas para productos agrícolas y alimenticios en los países citados anteriormente es creciente. Esta tendencia ha sido más marcada en el caso de Italia, Francia y España, siendo principalmente estos países los que marcan la pauta de crecimiento comunitaria, mientras que el resto de países, como es el caso de Reino Unido, el número de DOP se ha mantenido prácticamente estable.

Cabe mencionar la existencia de acuerdos bilaterales entre la UE y terceros países para la protección recíproca de estas figuras, con el fin de facilitar el

mercado entre ambos. Adicionalmente, la UE reconoce mediante su mecanismo de registro interno [R(CE) 510/2006] productos de calidad procedentes de estos países, contabilizándose en la actualidad un total de 21 productos. De todos ellos, China es el que contabiliza un mayor número de productos registrados, concretamente 10 (5 DOP y 5 IGP). Entre los demás países con productos registrados o en vías de registro en la UE nos encontramos con dos IGP en la India, tres IGP en Tailandia, una IGP en Colombia, Turquía, Marruecos y Andorra así como una DOP en Turquía y Vietnam. Entre ellos destacan productos tan conocidos como el "café de Colombia".

Gráfico 2: DOP e IGP de productos agrícolas y alimenticios de los países con mayor número de instrumentos de calidad en la UE-27.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de "DOOR database".

Vinos y bebidas espirituosas

Tabla 6: Registro de vinos en la UE-27.

VINOS CON DOP E IGP EN LA UE-27						
Países	Nº DOP	Nº IGP	Total	%	Producción (M€)	%
Alemania	13	26	39	2,53	961,87	6,21
Austria	25	4	29	1,88	449,37	2,90
Bélgica	7	2	9	0,58	0	0,00
Bulgaria	52	2	54	3,51	0	0,00
Chipre	5	4	9	0,58	0,21	0,00
Dinamarca	0	0	0	0,00	0	0,00
Eslovaquia	6	5	11	0,71	0	0,00
Eslovenia	14	3	17	1,10	103,58	0,67
España	83*	43	126	8,18	1145,81	7,40
Estonia	0	0	0	0,00	0	0,00
Finlandia	0	0	0	0,00	0	0,00
Francia	314	153	467	30,32	7966,9	51,47
Grecia	28	111	139	9,03	49,47	0,32
Hungría	34	13	47	3,05	82,18	0,53
Irlanda	0	0	0	0,00	0	0,00
Italia	354	120	474	30,78	3591,18	23,20
Letonia	0	0	0	0,00	0	0,00
Lituania	0	0	0	0,00	0	0,00
Luxemburgo	2	0	2	0,13	21,68	0,14
Malta	2	1	3	0,19	0	0,00
Países Bajos	0	12	12	0,78	0	0,00
Polonia	0	0	0	0,00	0	0,00
Portugal	37	13	50	3,25	952,73	6,15
Reino Unido	2	2	4	0,26	0	0,00
República Checa	2	2	4	0,26	32,9	0,21
Rumanía	32	12	44	2,86	122,17	0,79
Suecia	0	0	0	0,00	0	0,00
Total UE-27	1012	528	1540	100	15480,05	100
Total UE-15	865	486	1351	-	15139,01	-
Total UE-12	840	482	1322	-	15139,01	-

* El número de vinos con DOP en España (83) ha sido obtenido a partir de los registros que constan en la base de datos de la Comisión europea (E-BACCHUS), fuente utilizada para la elaboración de esta tabla.

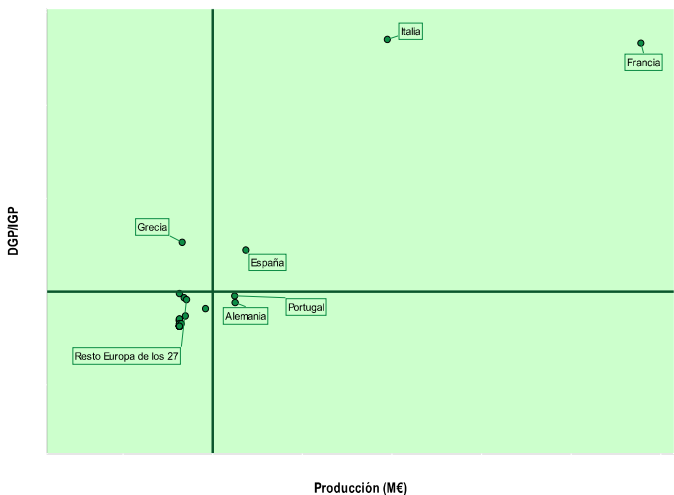
Fuente: Base de datos "E-BACCHUS" y EUROSTAT.

En la tabla 6 se muestra el número de vinos de DOP e IGP registrados por la comisión europea. De un total de 1540 vinos registrados, más de un 65 % (1012) se corresponden con vinos DOP.

España ocupa el cuarto lugar en la UE en número de vinos protegidos con un 8,18% del total, situándose por detrás de Francia (30,3%), Italia (30,7%) y Grecia (9,02%). En cuanto a número de vinos DOP en la UE-27, España ocupa la tercera posición con un 8,3% del total, situándose por detrás de Italia (34,89%) y Francia (31%). El mayor número de vinos IGP registrados se encuentra en Francia (153 registros) seguido de Italia (120), Grecia (111) y España (43). España ha utilizado estas herramientas en mayor proporción de lo que le correspondería en virtud del porcentaje que representa su producción nacional de vino con respecto a la producción total comunitaria, siguiendo una pauta similar tanto a la UE-27 como a Francia (usando aproximadamente el doble de vinos DOP que IGP), pero diferente a Italia (donde el número de vinos DOP triplica al número de vinos IGP).

En el gráfico 3, se observa que únicamente tres países, Italia, España y Francia poseen un valor de la producción total nacional y un número de DOP/IGP de vino superior a la media de la UE-27. Por otro lado, la mayor parte de los países de la UE-27 se sitúan en el punto opuesto, es decir, por debajo de la media tanto en el número de DOP/IGP de vino como en el valor de su producción nacional. Cabe destacar a Grecia por su elevado uso de estas herramientas de calidad en el sector vitivinícola en comparación con el valor de su producción total nacional, en contraposición con otros países, que a pesar de tener un valor de producción nacional de vino superior a la media comunitaria hacen un escaso uso de las DOP/IGP, como Portugal y Alemania.

Gráfico 3: Comparativa entre los países de la UE-27 en función de las DOP e IGP de vinos y el valor de su producción nacional de vino.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de "E-BACCHUS" y EUROSTAT

Con la entrada en vigor, en agosto del 2008, del R(CE) 479/2008, que establece la OCM vitivinícola, la UE sometió al sector a una amplia reforma cuyo objetivo era equilibrar el mercado vitivinícola, eliminar medidas de intervención innecesarias y permitir que se impulsase la competitividad de los vinos europeos. Posteriormente, en mayo de 2009, el R(CE) 479/2008 es derogado por el R(CE) 491/2009, que modifica el R(CE) 1234/2007, incorporando totalmente el sector vitivinícola en el Reglamento único para las OCM.

Para facilitar el mercado entre la UE y terceros países se llevan a cabo negociaciones bilaterales y multilaterales por parte de la comisión en base a reuniones de negociación del Consejo. Así en el mercado vitivinícola y de bebidas espirituosas la UE mantiene acuerdos con varios países como: Australia, Sudáfrica, Canadá, Suiza, USA, Chile, Albania, Montenegro y Bosnia-Herzegovina.

2.2. Importancia económica en España

Importancia económica absoluta :

De modo general la evolución de las DOPs e IGP en España ha seguido un proceso ascendente, tal y como se ha visto con anterioridad. Este proceso es más acentuado en el caso de los productos agrícolas y alimenticios, donde se ha pasado de un total de 28 figuras de protección, registrados en 1997, a los 174 que se encuentran registrados en la actualidad. Se trata, por tanto, de un crecimiento del 521,4 % en los últimos 14 años. En el caso de los vinos, la evolución de los instrumentos de calidad es más progresiva, registrándose un incremento del 45,45% en el número de DOP de nuestro país desde la campaña 99/00 hasta la actualidad.

A pesar de estas diferencias, si se comparan los productos agroalimentarios con el vino en España, éste último es más importante en términos absolutos

Tabla 7: Volumen de comercialización de productos agrícolas y alimenticios.

Productos agrícolas y alimenticios: Volumen comercializado y número de instrumentos de calidad		2003	2004	2005	2006	2007	2008 **	2009**
Aceite de Oliva Virgen	Nº DOP/IGP	19	20	22	24	24	28	31
	Volumen	14.739	19.735	27.853	30.243	24.166	27.630	25.458
Arroz	Nº DOP/IGP	3	3	3	3	3	3	3
	Volumen	17.957	18.119	21.637	21.550	35.388	23.166	22.140
Carnes Frescas	Nº DOP/IGP	15	15	15	15	15	15	16
	Volumen	24.238	31.087	33.699	33.674	34.688	36.202	36.357
Condimentos y especias	Nº DOP/IGP	3	3	3	3	3	3	3
	Volumen	1.424	1.872	1.637	1.714	1.562	1.316	1.578
Embutidos y otros productos cárnicos	Nº DOP/IGP	5	5	5	5	5	7	7
	Volumen	3.223	3.358	3.361	3.652	3.652	3.688	3.515
Frutas	Nº DOP/IGP	15	16	16	16	16	17	19
	Volumen	84.311	88.036	106.579	80.722	82.086	73.059	80.690
Hortalizas	Nº DOP/IGP	14	14	19	19	19	20	23
	Volumen	18.099	16.519	18.388	18.772	19.476	18.718	15.315
Jamones	Nº DOP/IGP	5	5	6	6	6	6	6
	Volumen	643.110	634.487	1.158.643	1.413.522	1.413.522	1.395.196	1.534.427
Legumbres	Nº DOP/IGP	5	5	7	7	7	8	8
	Volumen	569	505	456	442	499	694	840
Mantequilla	Nº DOP/IGP	2	2	2	2	2	2	2
	Volumen	440	436	422	422	493	495	479
Miel	Nº DOP/IGP	3	3	3	3	3	3	3
	Volumen	57	312	369	351	119	424	486
Panadería y pastelería	Nº DOP/IGP	7	8	9	9	10	10	12
	Volumen	11.357	10.119	10.452	9.074	10.526	9.673	8.460
Pescados y moluscos	Nº DOP/IGP	3	3	3	3	3	3	3
	Volumen	1	8	2.650	2.440	2.900	2.940	2.320
Quesos	Nº DOP/IGP	19	21	24	24	24	25	27
	Volumen	16.719	16.454	21.070	19.066	21.904	17.653	21.239
Sidra	Nº DOP/IGP	1	1	1	1	1	1	1
	Volumen	-	2.576	2.450	4.104	4.879	4.648	6.717

Nota: Comercialización en t, excepto en jamones (nº piezas) y en sidra y vinagres (hl).

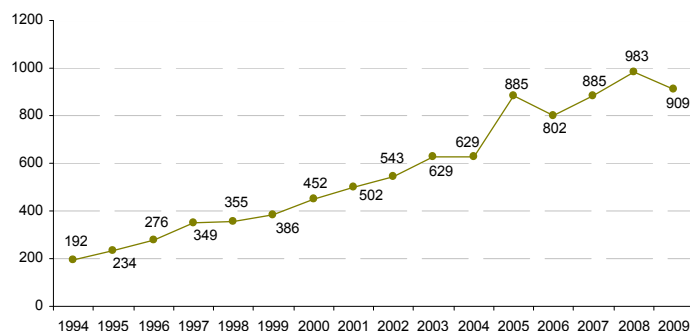
**Nota: Se han excluido algunas DOP/IGP al no disponer de la totalidad de los datos.

Fuente: SG. Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica.

en cuanto a registros de calidad. Así pues, en la actualidad se encuentran registrados en la base de datos de la Comisión Europea (E-BACCHUS) 83 vinos DOP y 43 vinos IGP frente a 95 DOP y 79 IGP del conjunto de todos los productos agrícolas y alimentarios.

Hasta el año 2007, tal y como se aprecia en la tabla 7, en paralelo al aumento del número de DOP e IGP se produce un crecimiento generalizado del volumen de comercialización de los productos agrícolas y alimenticios, salvo en el caso de las frutas, legumbres y en los productos de panadería, pastelería y repostería. A partir del año 2007, la tendencia cambia y se produce un descenso de la comercialización en la mayoría de los productos, probablemente como consecuencia de la ralentización económica tanto de nuestro país como a nivel mundial. Si bien, en 2009 el queso ha experimentado un incremento del 20% con respecto a 2008, asimismo el jamón y las frutas también han experimentado un crecimiento sustancial durante el último año (10% aproximadamente).

Gráfico 4: Valor económico de la comercialización (millones de €) de productos agroalimentarios no vínicos amparados por DOPs e IGP en España.



Fuente: SG. Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica.

El análisis de los últimos 5 años indica que el 60% de los productos agrícolas y alimenticios han experimentado un incremento en el volumen de comercialización. Sin embargo, el 40% restante (aceite de oliva virgen extra, condimentos y especias, frutas, hortalizas panadería y pastelería y pescados y moluscos) han sufrido un descenso en la comercialización, siendo el valor más acusado el de las frutas con un 24%.

Por su parte el valor económico de la comercialización de los productos agrícolas no vínicos amparados por DOPs e IGP en España ha experimentado un crecimiento paulatino desde el año 1994 hasta 2005 (gráfico 4). En el año 2006 se produce una caída de este parámetro, aunque poco significativa (0,9%), y a partir de ahí vuelve a aumentar consiguiéndose en 2008 el valor máximo con 983 millones de euros. Si bien en 2009, el valor económico de la comercialización experimenta un nuevo descenso, del 7,46%.

Con el fin de obtener un indicador agregado de la variación en volumen de los productos comercializados bajo estos distintivos se ha utilizado el valor unitario medio de las exportaciones (obtenido tras dividir el valor de los productos exportados /volumen), en consecuencia se observa que si se compara la media de los años 2008-2009 con la media 2003-2004 (elegidos estos últimos por ser los años en los que el valor económico de la comercialización se ha mantenido más estable), el volumen de comercialización de estos productos se ha visto incrementado en un 21,96%. Por otra parte en el gráfico 4 se aprecia que el valor económico de la comercialización se ha incrementado en un 50% desde el periodo 2003-2004 al 2008-2009, por lo que la comercialización ha crecido más en valor que en volumen, lo que puede deberse a un incremento en los precios de venta de estos productos.

En el caso de los vinos DOP, el número de registros se ha visto incrementado en las últimas campañas sin repercutir positivamente en el volumen comercializado, ya que este se ha mantenido prácticamente constante en las últimas campañas (tabla 8).

Tabla 8: Volumen de comercialización de vinos.

Vinos: Volumen comercializado y número de instrumentos de calidad		Campaña						
		03/04	04/05	05/06	06/07	07/08	08/09	09/10
Vinos DOP	Número	63	63	72	73	73	73	80
	Volumen (Mhl)	11,59	11,66	11,08	11,25	11,16	10,34	10,81
Vinos IGP	Número	-	-	-	-	-	44	-
	Volumen (Mhl)	-	-	-	-	-	0,74	-

Fuente: SG. Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica.

La importancia económica del mercado de estos productos se muestra en las tablas 9 y 10 respectivamente. En el caso de los productos agroalimentarios amparados por estos distintivos, el mercado más importante es el mercado interior, éste supone, en la mayoría de los casos, más del 80% de los ingresos procedentes de la comercialización de los productos. Un caso aparte son las frutas, que son el producto con más ingresos del mercado exterior, con un 37,8%, mientras que para otros productos el comercio exterior es prácticamente inexistente, como es el caso de la sidra o el arroz, entre otros. Asimismo, en la tabla 9 se analiza el porcentaje que representa el mercado exterior de los productos agroalimentarios de calidad frente al mercado exterior del total de productos nacionales, observándose que, por lo general, el mercado exterior de los productos amparados por estos distintivos representa un porcentaje muy bajo del total, salvo en el caso de quesos y jamones de calidad, que suponen el 25,46% y el 32,43%, respectivamente, del mercado exterior español.

Tabla 9: Valor económico de la comercialización de productos agrícolas y alimenticios (año 2009).

Producto	DOP/ IGP				Total Nacional	Mercado Exterior	Mercado Exterior respecto del total	
	Mercado Interior		Mercado Exterior					Total M€
	M€	%	M€	%				
Aceite de Oliva Virgen	77,99	88,3	10,30	11,7	88,29	1.206,50	0,85%	
Arroz	18,34	97,6	0,46	2,4	18,80	92,14	0,50%	
Carnes Frescas	171,13	99,0	1,70	1,0	172,83	2.432,74	0,07%	
Condimentos y especias	6,48	88,6	0,83	11,4	7,31	154,23	0,54%	
Embutidos	13,17	98,2	0,24	1,8	13,41	1.930,92	0,01%	
Frutas	39,96	62,2	24,32	37,8	64,28	3.885,61	0,63%	
Hortalizas	51,95	96,0	2,17	4,0	54,12	3.910,67	0,06%	
Jamones	144,42	93,9	9,44	6,1	153,86	29,11	32,43%	
Legumbres	2,58	100,0	0,00	0,0	2,58	1.111,48	0,00%	
Mantequilla	2,78	98,2	0,05	1,8	2,83	35,14	0,14%	
Pescados y moluscos	40,16	76,8	12,11	23,2	52,27	1.740,98	0,70%	
Miel	3,04	88,6	0,39	11,4	3,43	468,61	0,08%	
Otros productos cárnicos	10,73	90,5	1,12	9,5	11,85	3.093,69	0,04%	
Panadería, pastelería, repostería	57,83	85,3	9,96	14,7	67,79	367,01	2,71%	
Quesos	138,00	74,7	46,69	25,3	184,69	183,36	25,46%	
Sidra	1,22	100,0	0,00	0,0	1,22	1,95	0,00%	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la SG. Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica y DataComex

Algo más significativo es el comercio exterior en el caso de los vinos DOP, cuyo volumen ha experimentado una tendencia creciente, alcanzando en las últimas campañas valores que superan el 40% del comercio total de estos vinos de calidad. De media, durante las campañas 08/09 y 09/10, el mercado exterior de los vinos DOP ha representado el 28,41% del mercado exterior vitivinícola nacional, cuantificándose este último para las citadas campañas en 15,10 Mhl (campaña 08/09) y 16,71 Mhl (09/10). Asimismo, cabe destacar que la superficie inscrita de DOPs vitivinícolas, durante las referidas campañas, representa aproximadamente el 56% del total de viñedo nacional.

Según datos del Observatorio Español del Mercado del Vino, y basándose en los últimos datos del MARM sobre estadísticas de ventas de las denominaciones de origen relativas a la campaña 2009/2010, las ventas totales de los vinos con denominación de origen supusieron 1.095 millones de litros. Esto se traduce en un aumento del 6% con respecto a la Campaña anterior lo que supone que en términos absolutos se hayan vendido 61 millones de litros más.

Tabla 10: Volumen comercializado de vino.

Vinos DOP. Comercialización					
Producto	Mercado Interior		Mercado Exterior		Total Mhl
	Volumen (Mhl)	%	Volumen (Mhl)	%	
99/00	6,235	61,3	3,930	38,7	10,17
00/01	6,136	62,4	3,692	37,6	9,83
01/02	6,495	62,1	3,965	37,9	10,46
02/03	6,589	60,7	4,264	39,3	10,85
03/04	7,208	62,2	4,382	37,8	11,59
04/05	6,977	59,8	4,685	40,2	11,66
05/06	6,502	58,7	4,574	41,3	11,08
06/07	6,569	58,4	4,678	41,6	11,25
07/08	6,460	57,9	4,696	42,1	11,16
08/09	5,928	57,3	4,412	42,7	10,34
09/10	6,198	57,3	4,614	42,7	10,81

Fuente: SG. Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica.

Importancia relativa :

Si se analiza la importancia relativa de algunos de estos productos con respecto a la producción total en España (tabla 11) se observa que el peso específico de los productos agrícolas y alimenticios con indicación de calidad no es demasiado elevado en algunos casos. Si bien merece una mención especial la producción de aceite de oliva, que representa el 17,27% de la producción total española. Asimismo, cabe destacar la producción de carne de bovino y ovino de calidad, que representan el 5,34% y el 1,74%, respectivamente, de la producción total española.

Tabla 11: Datos de producción de productos agrícolas y alimenticios.

Producción 2009				
Producto	Producción Calidad diferenciada (t)	Producción total (t)	% calidad diferenciada	
Aceite de Oliva Virgen Extra	83900 *	485.682	17,27	
Arroz	23.115	913.754	2,53	
Frutas	194.476 *	9.365.607	2,08	
Patatas	5428 *	2.719.291	0,20	
Hortalizas	34.188 *	14.030.874	0,24	
Legumbres	1.597	285.879	0,56	
Miel	589	-	-	
*Nota: No se incluyen la totalidad o parte de los datos de producción de calidad diferenciada por no disponer de ellos				
Datos en tm	Producción Calidad diferenciada (t)	Producción total (t)	% calidad diferenciada	
Bovino (Tm)	31.931	598.425	5,34	
Bovino (nº cabezas)	132.720	2.307.000	5,75	
Ovino (Tm)	2.166	124.424	1,74	
Ovino (nº cabezas)	118.112	11.392.000	1,04	

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la SG Calidad Diferenciada y Agricultura Ecológica y del Anuario de Estadística 2010 del MARM.

Un mayor peso específico tiene la producción de vinos de calidad (tabla 12), representando los vinos DOP el 40,48% de la producción vitivinícola total nacional. Según datos de consumo en los hogares del MARM, entre 2008 y 2011, el volumen consumido por los españoles de vinos DOP ha ascendido un 2,9% pero ha disminuido un 1,2% en valor.

Tabla 12: Datos de producción del vino.

Producción 2009			
Producto	Producción Calidad diferenciada (Mhl)	Producción total (Mhl)	% calidad diferenciada
Vinos DOP	14.365,76	35.489,29	40,48
Vinos IGP	2.077,57	35.489,29	5,85

Fuente: Anuario de Estadística 2010 del MARM.

3. LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

Varios convenios internacionales, de carácter multilateral, contienen normas referentes a la protección de las indicaciones geográficas. Así, el 20 de marzo de 1883, once Estados establecieron la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial, suscribiendo el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, que aún sigue vigente. Desde esa fecha, el número de miembros de la Unión de París ha ido aumentando paulatinamente. Este convenio ha aportado una de las primeras referencias internacionales respecto a las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen, incluidas en el campo de la denominada "propiedad industrial". El Convenio de París asimilaba las "denominaciones de origen" a las "indicaciones de procedencia" mientras que en su artículo 1.2. se hace referencia a las "indicaciones de procedencia o denominaciones de origen", sin determinar el alcance conceptual o la definición de estas expresiones.

En 14 de abril de 1891 se firma el Arreglo de Madrid, suscrito por ocho países entre los que figuraban España, Francia, Portugal y Reino Unido. Se trata de un acuerdo especial dentro del marco de la Unión de París, que entró en vigor el 15 de julio de 1892, y cuyo objetivo es proteger las indicaciones de procedencia falsas o engañosas.

Posteriormente, en 1958 se constituye el Arreglo de Lisboa (revisado el 14 de julio de 1967 y modificado el 28 de septiembre de 1978) relativo a la Protección de las Denominaciones y Origen y un Registro Internacional, firmado por 17 estados europeos, entre los que no se encuentra España. El Arreglo dispone que los países miembros se comprometen a proteger en sus territorios las denominaciones de origen de los productos de los otros países que son parte en el Acuerdo de Lisboa, reconocidas y protegidas como tales en el país de origen y registradas en la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Industrial (OMPI).

Con el Arreglo de Lisboa se asegura la protección contra toda usurpación o imitación, incluso si el verdadero origen del producto figura indicado o si la denominación se emplea en traducción o va acompañada de expresiones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación" o similares, sin excluir la protección ya existentes en virtud de otros instrumentos internacionales, tales como el Convenio de París de 1883 y el Arreglo de Madrid de 1891, citados anteriormente. En la actualidad, las indicaciones geográficas protegen la propiedad intelectual y otorgan a los a los productores y demás agentes económicos que comercializan o venden el producto original el derecho a utilizar la denominación registrada. Esa denominación registrada no puede utilizarse para otros productos similares, ni siquiera acompañada por términos como "género", "tipo" o "estilo", se prohíben además la evocación de ese término o su utilización traducida.

El GATT (Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio), como antecesor de la Organización Mundial del Comercio (OMC), y especialmente impulsado por el UE, establece el "Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de la propiedad intelectual relacionados con el comercio" (ADPIC O TRIPS, en inglés) en la Ronda de Uruguay. Este acuerdo figura en el Anexo I del Acuerdo de Marrakech, firmado el 15 de abril de 1994. En él se establecen una serie de principios básicos sobre la propiedad industrial y la propiedad intelectual tendentes a armonizar estos sistemas entre los países firmantes y en relación al comercio mundial. Este acuerdo ADPIC consta de 7 partes, estando las indicaciones geográficas recogidas en la parte II, sección 3, artículos 22, 23 y 24.

El acuerdo permite excepciones, como en el caso de que un nombre se haya convertido en un término común, o "genérico" (por ejemplo, en la actualidad el término "cheddar" se refiere a un tipo determinado de queso que no necesariamente se produce en Cheddar, Reino Unido), y en el caso de que un término ya haya sido registrado como marca de fábrica o de comercio.

Los miembros de la OMC recurren a una amplia gama de medios jurídicos para proteger las indicaciones geográficas, desde una legislación específica

en materia de indicaciones geográficas a leyes sobre marcas de fábrica o de comercio, leyes de protección del consumidor, o la "common law". Tanto el acuerdo sobre los ADPIC como la actual labor de la OMC en el ámbito de dicho Acuerdo tienen en cuenta esa diversidad.

En el marco del mandato de Doha, el Consejo de los ADPIC está examinando dos cuestiones relacionadas, de formas diferentes, con el nivel de protección más elevado (artículo 23). Por un lado, la creación de un registro multilateral para vinos y bebidas espirituosas y, por otro lado, la extensión del nivel más elevado de protección a productos distintos de los vinos y las bebidas espirituosas. Algunos países vinculan la extensión de esa protección en el marco TRIPs con las negociaciones sobre la agricultura, idea que otros rechazan firmemente.

El grupo de miembros que aboga por la extensión considera que el nivel más elevado de protección es un medio para mejorar la comercialización de sus productos, al diferenciarlos más efectivamente de sus competidores, y se oponen a que otros países "usurpen" los términos que utilizan para las indicaciones geográficas. La UE se encuentra dentro de este grupo y propone que el registro de una indicación geográfica establezca una "presunción refutable" de que el término ha de ser protegido en los demás Miembros de la OMC, salvo en los países que hayan formulado una reserva dentro de un plazo determinado. También abogan por la extensión Guinea, India, Jamaica, Kenya, Madagascar, Marruecos, Mauricio, Pakistán, Sri Lanka, Suiza, Tailandia, Túnez y Turquía. En este sentido, el 19 de abril de 2011, Albania, China, Croacia, Georgia, Guinea, Jamaica, Kenya, Liechtenstein, Madagascar, Sri Lanka, Tailandia, Turquía, Suiza y la UE presentaron ante la OMC un proyecto de modificación del Acuerdo sobre los ADPIC. Su objetivo es hacer extensiva la protección del artículo 23 del Acuerdo ADPIC a las indicaciones geográficas de todos los productos.

Por otro lado, el grupo de miembros que se opone (entre los que se encuentran: Argentina, Australia, Canadá, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, EEUU, Filipinas, Guatemala, Honduras, Nueva Zelanda, Panamá, Paraguay, República Dominicana y el Taipei Chino) sostiene que el nivel actual de protección es adecuado, advirtiendo que una mayor protección constituiría una carga y perturbaría las prácticas legítimas de comercialización existentes.

Acuerdo sobre los ADPIC

Parte II. - Normas relativas a la existencia, alcance y ejercicio de los derechos de propiedad intelectual

Sección 3: Indicaciones geográficas

- *Artículo 22.* - Protección de las indicaciones geográficas:

En este artículo se definen las indicaciones geográficas como las que identifican un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

Todo miembro, de oficio si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada, denegará o invalidará el registro de una marca de fábrica o de comercio que contenga o consista en una indicación geográfica respecto de productos no originarios del territorio indicado, si el uso de tal indicación en la marca de fábrica o de comercio para esos productos en ese Miembro es de naturaleza tal que induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen.

Este artículo abarca todos los productos y define un nivel normalizado de protección, dicha protección será aplicable contra toda indicación geográfica que, aunque literalmente verdadera en cuanto al territorio, región o localidad de origen de los productos, dé al público una idea falsa de que éstos se originan en otro territorio.

- *Artículo 23.* - Protección adicional de las indicaciones geográficas de los vinos y bebidas espirituosas.

Este artículo proporciona un nivel de protección más elevado para vinos y bebidas espirituosas. Cada Miembro establecerá los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir la utilización de una indicación geográfica que identifique vinos para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica de que se trate, o que identifique bebidas espirituosas para productos de ese género que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica en cuestión, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la indica-

ción geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como "clase", "tipo", "estilo", "imitación" u otras análogas.

De oficio, si la legislación de un Miembro lo permite, o a petición de una parte interesada, el registro de toda marca de fábrica o de comercio para vinos que contenga o consista en una indicación geográfica que identifique vinos, o para bebidas espirituosas que contenga o consista en una indicación geográfica que identifique bebidas espirituosas, se denegará o invalidará para los vinos o las bebidas espirituosas que no tengan ese origen.

Para facilitar la protección de las indicaciones geográficas para los vinos, en el Consejo de los ADPIC se entablarán negociaciones sobre el establecimiento de un sistema multilateral de notificación y registro de las indicaciones geográficas de vinos que sean susceptibles de protección en los Miembros participantes en este sistema.

- *Artículo 24.* - Negociaciones internacionales; excepciones.

4. TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN RELACIONADOS CON LA CALIDAD DIFERENCIADA

La importancia creciente de los distintivos de calidad ligados al origen geográfico del producto ha dado pie a un elevado número de trabajos y proyectos de investigación destinados a analizar sus diferentes elementos e implicaciones. Por razones de espacio no cabe realizar en este documento una síntesis de todo su espectro. Sin embargo, sí se ha considerado conveniente realizar una pequeña reseña que, a modo de ejemplo, permite poner en evidencia la múltiple dimensión de estos distintivos: como estrategia comercial, que responde a las demandas del consumidor, que presenta efectos de sinergia sobre las políticas de desarrollo rural y que incluso algunos autores enlazan con la preocupación de la sociedad por el medio ambiente.

La promoción de los productos de calidad constituye una estrategia que conecta, directamente, con el nuevo modelo de consumo que se ha implantado, en los últimos años. En la actualidad, dado el alto nivel de exigencia tanto del mercado de productos agroalimentarios como de los consumidores, junto con la delicada situación económica por la que atraviesa España y el resto de países europeos, las DOP e IGP se presentan como el instrumento perfecto para garantizar la calidad y el origen de los productos, ofreciendo entre otras ventajas una mayor protección e información al consumidor final, a la vez que, desde el punto de vista económico y político, son consideradas instrumentos de desarrollo económico, social y medioambiental. En definitiva, calidad, diferenciación productiva y territorio constituyen, de este modo, las tres premisas básicas que permiten dotar a los espacios rurales de nuevas y renovadas funciones. (Aguilar, E y Lozano, C, 2008).

Esta estrategia comercial responde a la demanda de los consumidores, ya que los cambios en los hábitos de consumo han propiciado un interés creciente en productos de mayor calidad, diferenciados y ligados a un componente geográfico. Este aumento de la demanda se ha visto acompañado de un deseo por parte del cliente de conocer la zona en la que se producen dichos productos, lo que ha derivado en una nueva modalidad de turismo rural denominado turismo gastronómico en España, fundamentalmente enoturismo y oleoturismo. Para atender dicho crecimiento, cada vez son más las denominaciones de origen que se certifican y las rutas gastronómicas que se crean. (Millán y col, 2010; Millán y col, 2008).

Según Espejel y col (2007) la importancia de las DOP, como elementos distintivos de calidad y generadoras de ventajas competitivas para los productos que bajo ellas se amparan, es creciente. Constatando la relación entre la satisfacción, la lealtad y la intención de compra que expresan los consumidores hacia los productos agroalimentarios con DOP. Cuanto más distintivo y difícil de imitar sea un producto, mayores probabilidades habrá de obtener consumidores satisfechos y leales con el mismo.

Como ya se ha mencionado estas herramientas tienen efecto sobre el desarrollo rural, así, los cambios experimentados como consecuencia de las políticas agrícolas adoptadas, han llevado a la concepción de una nueva ruralidad, en la que se plantean nuevos enfoques en las estrategias y modelos de desarrollo de los espacios rurales. Las políticas, durante la últimas décadas, en las que el primer pilar de la PAC siempre ha sido preponderante, han modificado las características del medio rural con el auge de la agricultura industrial, el descenso de la población, el aumento del uso de medios técnicos y de la productividad (Arroyos, 2007). Los proyectos europeos de desarrollo rural, representados por la iniciativa Leader, han aportado una visión territorial del desarrollo y

promovido la cultura local como recurso económico, susceptible de potenciar estas zonas. Es desde esta línea desde donde se puede entender la importancia que están adquiriendo los productos locales. (Aguilar y col, 2008). La política de Desarrollo Rural de la UE reconoce y apoya el potencial de los alimentos de calidad diferenciada, en relación con los productos agrícolas convencionales (Dimara y col, 2004; Bajardí y col, 2009). Además los productos territoriales son conceptualizados como una forma de capital cultural con un potencial de brindar un mayor beneficio social y económico a los espacios rurales (Treager y col, 2007).

La búsqueda de métodos de producción más amigables con el medio ambiente por grupos de productores y consumidores en la UE, junto con los problemas económicos, ambientales y sociales de la agricultura convencional, ha dado como resultado un mayor impulso a la certificación de los productos agrícolas y en especial a los productos de calidad diferenciada (DOP e IGP), estos últimos constituyen no sólo una herramienta de valorización en zonas rurales que protege tanto la calidad agroalimentaria como a los consumidores, a través de una mejor información en relación con los métodos de producción y certificación del origen del producto, favoreciendo el desarrollo del medio rural y la protección del medio ambiente mediante la potenciación de métodos de producción más naturales y la sostenibilidad en el uso de los factores de producción sino también un elemento de redistribución del valor añadido a lo largo de la cadena de la producción. (Fernández Ibiza, R., 2010). Los sellos de calidad alimentaria contribuyen a la conservación medioambiental de las áreas geográficas productoras, mediante la reducción del consumo de fitosanitarios, mejoras en los procesos transformadores y fomento de métodos de producción compatibles con el medio ambiente. También fomentan el principio del que "conserva cobra", según el cual los productores que adoptan prácticas de conservación del medio ambiente tienen derecho a cobrar subvenciones o ayudas europeas, estatales, regionales. (Tolón y col, 2009).

En definitiva, los sellos de certificación ayudan a promocionar los productos agroalimentarios y revalorizan su potencial. Se trata, por tanto de una estrategia que conecta, directamente, con el nuevo modelo de consumo que se ha implantado, en los últimos años, a nivel global (Fernández Ibiza, R.2010). Asimismo, son la vía idónea para promover el desarrollo económico de las zonas rurales.

Referencias citadas en el apartado 4:

Aguilar, E y Lozano, C, 2008. El territorio y las producciones de calidad como factor de desarrollo sostenible en el medio rural. Agricultura familiar en España: 170-173.

Arroyos, c. 2007. Desarrollo Rural Sostenible en la UE, el nuevo FEADER 2007-2013. Mundi-Prensa libros, SA.... ISBN 9788484763369.

Bardají, I. Iráizoz, B. Rapún, M. 2009. The effectiveness of the European agricultural quality policy: a price análisis. Spanish Journal of Agricultural Research, 7 (4): 750-758.

Díaz Yubero, I. 2011. Denominaciones de origen e indicaciones geográficas como garantía de calidad. Distribución y consumo 117: 5-21.

Dimara, E. Petrou, A. Skuras, D. 2004. Agricultural policy for quality and producers evaluations of quality marketing indicators: a Greek case study. Food Policy 29: 485-506.

Espejel, J. Fandos, C. Flavián, C. 2007. La importancia de las Denominaciones de Origen Protegidas como indicadores de calidad para el comportamiento del consumidor. El caso del aceite de oliva del Bajo Aragón. Economía Agraria y Recursos Naturales, 7 (14): 3-19.

Fernández Ibiza, R. 2010. Las denominaciones de origen como herramienta básica para el desarrollo económico, social y medioambiental. Distribución y consumo, Nov-Dic: 55-66.

Millán, G. Agudo, E. 2010. El turismo gastronómico y las Denominaciones de Origen en el sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso. Revista de turismo y patrimonio cultural, 8 (1): 91-112.

Millán, G. Melián, A. 2008. Rutas turísticas enológicas y desarrollo rural. El caso estudio de la D.O. Montilla-Moriles en la provincia de Córdoba. Papeles de Geografía, 47-48: 159-170.

Tolón, A. Lastra, X. 2009. Los alimentos de calidad diferenciada. Una herramienta para el desarrollo rural sostenible. Revista electrónica de medio ambiente, 6: 45-67.

Treager, A. Arfini, F. Belletti, G. Marescotti, A. 2007. Regional foods and rural development: The role of product qualification. Journal of Rural Studies 23, p.12-22.

Para Saber Más

1. Página web de Alimentación del MARM

<http://www.marm.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria>

Y en concreto, en relación con la calidad diferenciada de los alimentos:

<http://www.marm.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/calidad-diferenciada/default.aspx>

2. Página web SG de Estadística del MARM

<http://www.marm.es/es/estadistica/temas/anuario-de-estadistica>

3. Página web de la Comisión Europea, DG de Agricultura y Desarrollo Rural

<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/>

http://ec.europa.eu/agriculture/capreform/wine/index_en.htm

4. Observatorio español del mercado del vino

<http://www.oemv.es/>

5. Organización Mundial de Comercio:

http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips_01_s.htm

En Breve:

- En los últimos se han visto incrementadas tanto la producción como la demanda de productos de calidad, y por lo tanto del vino y los productos agrícolas y alimenticios de origen geográfico determinado. Son múltiples los factores que han motivado este incremento en el uso de productos de calidad, tales como:
 - ~ El deseo del sector en dar a sus productos un valor añadido que responda a las exigencias de los consumidores, lo que ha sido coherente con la línea que sigue la Política Agrícola Comunitaria (PAC).
 - ~ El incremento de poder adquisitivo de la población, entre otros factores.
- La Unión Europea se encuentra en debates bastante avanzados sobre una Reforma de la Política de Calidad, que acoge a las indicaciones geográficas. La Comisión publica en 2008 el Libro Verde sobre la Calidad de los productos Agrícolas, tras lo que se recaban opiniones de todas las partes implicadas. En 2009 se publica una Comunicación de la Comisión a la que han sucedido, en Diciembre de 2010, propuestas legislativas para esta reforma, si bien se trata de propuestas limitadas a DOP e IGP agroalimentarias no vínicas.
- El número de distintivos de calidad ha aumentado en los últimos años en la UE, siendo Italia, Francia y España los principales países comunitarios en el uso de estas herramientas de calidad y los que marcan la evolución creciente en la UE-27. En España se encuentran registradas el 14,8% de las indicaciones geográficas de la UE, entendiéndose por tales tanto a las DOP como a las IGP, encontrándose nuestro país en tercera posición en cuanto a número de registros. España ha utilizado estas herramientas en mayor proporción de lo que le correspondería en virtud de su PRA, y de modo equilibrado entre DOP e IGP, siguiendo una pauta similar a la de la UE-27 y Francia.
- Es el vino el producto con mayor número de registros en España, muy por delante del aceite de oliva, el siguiente en cuanto a número. De igual modo es el vino DOP el producto que a nivel nacional tiene mayor importancia económica, si bien cabe destacar el queso, la carne y el jamón como los productos agroalimentarios con mayor valor económico de mercado.