

## **Historia jurídica de las indicaciones geográficas: una perspectiva desde la gestión de la comunicación en las instituciones.**

Juridical history of the geographical indications: a perspective from the institutional communication management.

Marta Pulido Polo<sup>1</sup>  
Universidad de Sevilla  
martapulido@us.es

Recepción: 17/12/2015 Revisión: 25/12/2015 Aceptación: 25/12/16 Publicación: 01/06/16  
<http://> (página web de inclusión del artículo)

### **Resumen (máximo 300 palabras)**

El desarrollo histórico de las indicaciones geográficas protegidas a nivel internacional, comunitario y nacional ha supuesto el surgimiento de determinadas fórmulas de protección que coexisten en la actualidad describiendo diversos grados de protección jurídica atendiendo al grado de vinculación existente entre las características diferenciadoras del producto protegido y su origen geográfico o su zona de procedencia. A través del análisis teórico fundamentado sobre fuentes secundarias, bibliográficas y legislativas, el objetivo principal de este trabajo es identificar el desarrollo normativo de las indicaciones geográficas protegidas tratando de identificar las ventajas diferenciales derivadas de su adopción y sus consecuencias desde la perspectiva de la gestión de la comunicación institucional. Los resultados evidencian que la adopción de una indicación geográfica protegida favorece el establecimiento de un sistema de comunicación institucional bidireccional sustentado en la gestión de las relaciones con los públicos.

**Palabras clave:** indicación geográfica protegida, historia legislativa, comunicación institucional, relaciones públicas.

### **Abstract (maximun 300 words)**

---

<sup>1</sup> Consultora de Relaciones Públicas. Profesora Acreditada Contratada Doctora, trabaja como Asociada en la Universidad de Sevilla. Doctora por la Universidad de Sevilla. Técnico en Comunicación Empresarial y Protocolo. Directora de la Consultora la bicicleta de Design & Communication. Directora de Comunicación de la Organización Internacional de Ceremonial y Protocolo (OICP). Presidenta de la Asociación de Relaciones Públicas y Protocolo de Andalucía (ARPPA). Miembro del Grupo de investigación en Relaciones Públicas, Ceremonial y Protocolo LAUREA Hispalis. Miembro del Grupo de Investigación Historia del Pensamiento Jurídico-Político (GIHPJ-P). [martapulido@us.es](mailto:martapulido@us.es).

The historical development of the geographical protected indications from an international, European and national perspective has supposed the emergence of certain formulae of protection that coexist at present describing diverse degrees of juridical protection attending to the relation between the specific characteristics of the protected product and his geographical origin. Across the theoretical analysis based on secondary, bibliographical and legislative sources, the principal aim of this work is to identify the normative development of the geographical protected indications trying to identify the differential advantages derived from his adoption and his consequences from the perspective of the management of the institutional communication. The results demonstrate that the adoption of a geographical protected indication favors the establishment of a system of institutional bidirectional communication sustained in the management of the relations with the publics.

**Keywords:** Geographical protected indication, legislative history, institutional communication, public relations.

### **Sumario**

1. Introducción
2. Metodología y objetivos
3. El nacimiento de las primeras fórmulas de protección
4. Desarrollo histórico del marco jurídico internacional para la protección de determinados productos por su origen geográfico
5. Desarrollo histórico del marco jurídico comunitario para la protección de las indicaciones geográficas
6. Desarrollo histórico del marco jurídico nacional para la protección de las indicaciones geográficas: niveles de protección en España
7. Conclusiones
8. Referencias bibliográficas.

### **Summary**

1. Introduction
2. Methodology and objectives
3. The birth of the first formulae of protection
4. Historical development of the juridical international frame for the protection of certain products for his geographical origin
5. Historical development of the juridical community frame for the protection of the geographical indications
6. Historical development of the juridical national frame for the protection of the geographical indications: protection levels in Spain
7. Conclusions
8. Bibliography

## **1. INTRODUCCIÓN: ESTADO DE LA CUESTIÓN Y OPORTUNIDAD DEL TEMA**

Denominación de origen, denominación de origen calificada, denominación genérica, denominación específica son expresiones que aluden a un mismo concepto: el de las indicaciones geográficas protegidas. Las indicaciones geográficas protegidas describen un fenómeno por el cual determinados productos son protegidos jurídicamente con alguna

mención oficial que certifica que goza de unas características y calidad específicas ligadas a su origen y/o procedencia geográfica y que los diferencian de otros de similar especie.

En España, el crecimiento y desarrollo de este fenómeno en la última década es un hecho. Si bien en 2002 el número de indicaciones geográficas protegidas en España apenas superaba la centena (Martínez Ruiz y Jiménez Zarco, 2006: 27), en la actualidad, según datos del [Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente](#) de 2015, en España existen un total de 334 productos, repartidos en 12 categorías diferentes, que gozan de una protección jurídica específica derivada de una singularidad ligada a su zona de procedencia u origen geográfico. En un país con gran tradición agrícola y vitivinícola, la mayor concentración de estas indicaciones geográficas se localizan en torno al vino (con 132 menciones oficiales registradas entre Vinos con Denominación de Origen y Vinos de la Tierra), las frutas, hortalizas y cereales frescos o transformados (con 60 indicaciones geográficas y denominaciones de origen registradas) y los aceites y grasas (con 31 productos registrados). Le siguen en número los quesos (28), las carnes frescas y despojos (17), las bebidas espirituosas (16), los productos cárnicos (15), los productos de panadería, pastelería y galletería (15), otros productos en general (8), otros productos de origen animal (7) y los pescados, moluscos y crustáceos (5).

La revisión de la literatura existente en torno a este fenómeno revela que las indicaciones geográficas han sido estudiadas fundamentalmente desde la perspectiva muy específica de dos disciplinas: la economía y el marketing y el derecho. Desde la perspectiva económica y marketiniana, el análisis de la literatura precedente pone de relieve la utilidad de la adopción de menciones oficiales para la protección de determinados productos por su origen geográfico como estrategias de posicionamiento y diferenciación de los productos en el mercado (Bello y Gómez, 1996; Yagüe, 1996; Yagüe y Jiménez, 2002a y 2002b; Jiménez Zarco y Gómez, 1997; Cáceres, 2004), y aquellos estudios que abordan el tema de las indicaciones geográficas como signos distintivos o *labels* de calidad capaces de incrementar la imagen o percepción del producto ante los clientes o consumidores (Jiménez Zarco, 2002). Desde la perspectiva del derecho, la mayor parte de la literatura revisada se centra en el análisis de la protección jurídica que una mención de procedencia determinada adquiere cuando es certificada oficialmente (Jiménez Blanco, 1996; López Benítez, 1996 y 2004) así como en el análisis jurídico pormenorizado del marco legal comunitario y nacional llevado a cabo por Maroño Gargallo, 2002).

La coexistencia de diversas expresiones para aludir a un mismo fenómeno, el crecimiento exponencial que las indicaciones geográficas protegidas han experimentado en nuestro país, así como la revisión de la literatura existente en torno al fenómeno objeto de estudio, nos invita a reflexionar sobre tres aspectos de interés que justifican este trabajo:

- La escasez de investigaciones encaminadas a observar, desde una perspectiva diacrónica, el nacimiento y evolución del fenómeno de las indicaciones geográficas protegidas.
- La ausencia de trabajos orientados a realizar una aproximación terminológica precisa que esclarezca y describa con exactitud las diversas figuras de protección jurídica surgidas, en su caso, a lo largo de la progresiva evolución de los marcos jurídicos internacional, comunitario y nacional en torno al fenómeno de las indicaciones geográficas.
- El interés que el desarrollo normativo de las indicaciones geográficas protegidas despierta desde la perspectiva de la gestión de la comunicación institucional ya que la adopción de una indicación geográfica protegida, además de proporcionar una protección jurídica concreta, favorece el establecimiento de un sistema de comunicación bidireccional, de doble flujo, entre

el sector productivo del producto al que ampara la indicación (productores, distribuidores y comercializadores) y su entorno (consumidores, proveedores, medios de comunicación, líderes de opinión u opinión pública general).

## **2. METODOLOGÍA Y OBJETIVOS**

Este trabajo parte de la hipótesis de que el desarrollo histórico de las indicaciones geográficas protegidas a nivel internacional, comunitario y nacional ha supuesto el surgimiento de determinadas fórmulas de protección que coexisten en la actualidad describiendo diversos grados de protección jurídica atendiendo al grado de vinculación existente entre las características diferenciadoras del producto protegido y su origen geográfico o su zona de procedencia. De este modo, analizar la historia normativa de las indicaciones geográficas protegidas coadyuvaría a:

- definir cuáles son las menciones oficiales surgidas de cada marco jurídico y qué grado de protección conllevan,
- identificar cuáles son los beneficios que aporta al sector productivo la adopción de estas menciones oficiales y,
- analizar cuáles son sus consecuencias desde la perspectiva de la gestión de la comunicación institucional.

En este contexto, a través del análisis teórico fundamentado sobre fuentes secundarias, bibliográficas y legislativas, el objetivo principal de este trabajo es identificar el nacimiento y la evolución histórica de las normativas internacionales, comunitarias y nacionales para analizar las diferentes figuras de protección jurídica surgidas en torno a las indicaciones geográficas tratando de identificar las ventajas diferenciales derivadas de su adopción y sus consecuencias comunicacionales. Para lograr este objetivo principal, es necesario abordar consecutivamente los siguientes objetivos secundarios:

1. Identificar las primeras manifestaciones históricas de productos protegidos por su origen geográfico.
2. Determinar cómo y cuándo surgen las primeras normativas legales y/o acuerdos para la protección de este fenómeno.
3. Establecer en orden cronológico, desde sus primeras manifestaciones hasta nuestros días, la evolución histórica de las normas y/o acuerdos internacionales, comunitarias y nacionales.
4. Como consecuencia del objetivo anterior, analizar las figuras de protección jurídica surgidas en torno a las indicaciones geográficas tratando de identificar sus características diferenciales y el valor que aportan a los sectores productivos que las promueven.
5. Extraer una serie de conclusiones encaminadas a observar cómo y en qué grado la adopción de una indicación geográfica protegida favorece el establecimiento de un sistema de comunicación institucional bidireccional sustentado en la gestión de las relaciones con los públicos.

## **3. EL NACIMIENTO DE LAS PRIMERAS FÓRMULAS DE PROTECCIÓN**

La identificación de determinados productos por su procedencia geográfica, vinculada tanto a motivos arancelarios como de reputación, surge como el origen de las primeras operaciones mercantiles (Granados Rojas, 2004:5). En torno al 1300, comienzan a surgir en Francia algunas normas que establecían que no se daría a los vinos de una región otro nombre que

aquel donde sea creado. En concreto, ya en el siglo XIV, el queso producido en Roquefort adquiere una notoriedad sobresaliente que es objeto de una cédula real de Carlos V (Schiavone, 2003:17). Posteriormente, el desarrollo cada vez más intenso del comercio, derivado de la Revolución Industrial, provoca el incremento de la demanda de productos reputados.

Este contexto, se convierte en el caldo de cultivo de un conflicto de intereses *entre quienes deseaban conservar un derecho adquirido gracias a las condiciones climáticas particulares, al tipo de suelos, a las formas de cultivar los productos o fabricarlos y aquellos que trataban de utilizar denominaciones usurpadas a fin de sacar un provecho ilegítimo* (Schiavone, 2003:17). Y este conflicto de intereses se resolverá con el nacimiento de las primeras normas reguladoras para la protección de determinados productos reputados por su origen geográfico surgidos a finales del s. XIX. Es entonces cuando emerge la búsqueda de una tímida protección legal de determinados productos originales y característicos de ciertas zonas que sufrían procesos de imitación que desembocaban en competencia fraudulenta en los mercados (Martín Cerdeño, 2006:87).

En concreto, este fenómeno aparece en torno a la producción de vino y aceite en el sur de Europa debido a la especial sensibilidad de la vid y el olivo a las condiciones medioambientales del entorno geográfico donde se cultivan. Países como Portugal, Francia, Italia o España son los pioneros en demostrar una mayor preocupación por la calidad diferenciada de los productos agroalimentarios asociada a una procedencia geográfica determinada (Martín Cerdeño, 2006:89).

Para algunos autores (Schiavone, 2003:17-18) este tímido desarrollo normativo comienza cuando los viñedos franceses son consumidos por una plaga de filoxera en 1870 que provoca el consiguiente desabastecimiento de caldos. En este contexto, y debido a los condicionamientos climatológicos, los viñedos del sur de Francia se recuperaron más rápido lo que provocó que muchos vinos abusaran de nombres reputados y célebres como Burdeos y Borgoña siendo en realidad procedentes de otras áreas geográficas.

De este modo, en 1905 Francia emite la primera ley sobre la represión de fraudes de mercancías y productos alimenticios, y se fijan las primeras delimitaciones de las denominaciones de origen que legitiman que un vino o aguardiente tienen derecho a llevar su nombre (Champaña, 1908; Cognac, 1909 y Burdeos, 1910). En 1935, una nueva ley crea la DO controlada y la institución encargada de su reglamentación y control: Comité Nacional de Vinos y Aguardientes, que en 1974 se convirtió en el Instituto Nacional de Apelación de Origen.

Recorrido similar se produce en España, como podrá observarse en mayor profundidad cuando el lector aborde el epígrafe sobre el marco jurídico español. La primera legislación española en este sentido data de 1902, la Ley de 16 de mayo de 1902 sobre la Propiedad Industrial y el Estatuto de la Propiedad Industrial publicado posteriormente por Real Decreto Ley de 26 de julio de 1929<sup>2</sup> (López Benítez, 1996 y De Sousa Borda, 2003). Según determina De Sousa Borda (2003:92), esta legislación solo ordenaba las indicaciones de procedencia,

---

<sup>2</sup> Real Decreto-Ley de 26 de julio de 1929 sobre Propiedad Industrial, modificado por la Ley 12/1975 de Protección de Obtenciones Vegetales y por la Ley 17/1975, de creación del Organismo Autónomo Registro de la Propiedad Industrial. Enmendado posteriormente por la Ley de Marcas del 07/12/2001 (07/07/2003), Nº 17 (Nº 20); la Ley de Marcas del 10/11/1988, Nº 32; la Ley de Patentes (Modelos de Utilidad) de 20/03/1986 (30/12/1998), Nº 11 (Nº 50); la Ley de Patentes (Modelos de Utilidad) de 20/03/1986, Nº 11; la Ley de la Propiedad Industrial (Registro de la Propiedad Industrial) de 02/05/1975, Nº 17; y la Ley de la Propiedad Industrial (Medidas Fiscales Tasas) de 29/12/1999, Nº 55.

*definidas como “el lugar de fabricación, elaboración o extracción de un producto.” En la legislación subsecuente, el Estatuto de la Propiedad Industrial de 1929-1930, las indicaciones de procedencia también fueron definidas.*

De este modo, como detallaremos en las páginas subsiguientes, la primera reglamentación en la que se introduce el concepto denominación de origen en el ámbito nacional será la que proporciona Ley del Vino de 1932 que dará lugar posteriormente al Estatuto del Vino en 1933 y a la Orden Ministerial del 15 de septiembre de 1933 por la que se constituye el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Jerez-Xérèx-Sherry, primer consejo regulador y denominación de origen reconocidos en España. No obstante, las primeras normas tendentes a regular la protección de determinados productos por su zona de procedencia geográfica o los métodos empleados en su elaboración, aparecen, como se expondrá detenidamente en el establecimiento del marco legal internacional, en los tratados internacionales multilaterales de finales del siglo XIX surgidos en torno a la protección de la propiedad industrial.

#### **4. DESARROLLO HISTÓRICO DEL MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL PARA LA PROTECCIÓN DE DETERMINADOS PRODUCTOS POR SU ORIGEN GEOGRÁFICO**

El marco legal para la protección de determinados productos por su origen, está conformado por tratados internacionales, multi y bilaterales, ligados al ámbito de la protección de la propiedad intelectual a través de la competencia desleal (Granados Rojas, 2004:20-36; Maroño Gargallo, 2002: 30-49 y Gastiaburu, 2008:237) y generalmente administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (en adelante OMPI).

Dada la extensión a la que debe ajustarse este trabajo y en función de los objetivos propuestos, nos centraremos en identificar cronológicamente los diversos tratados multilaterales existentes hasta la actualidad.

##### **4.1. El Convenio de la Unión de París**

En la Exposición Universal de París de 1878, *se presenta un proyecto para constituir una “Unión General para la Protección de la Propiedad Industrial” que, mediante la celebración de conferencias anuales, resuelva los problemas planteados en comercio internacional (...)* En 1883, *once Estados establecieron la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial, firmando el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial* (Barco Royo, 2007a:28). El Convenio de la Unión de París para la Protección Industrial (en adelante CUP) supone:

- la primera alianza internacional en busca de una protección formal de la protección de determinados productos por su origen (desde la protección de la propiedad industrial, a través de la represión de la competencia desleal) y,
- aunque no aparecen definidos, resulta relevante el empleo diferenciado de los términos indicación de procedencia y denominación de origen. Es decir, son conceptos que ya nacen para referirse a realidades diferentes dentro de un mismo fenómeno: la protección de un producto por la zona geográfica de su origen.

##### **4.2. El Arreglo de Madrid para la represión de las indicaciones falsas o falaces de procedencia de las mercancías**

El texto de la Unión de París *no contenta a todos los países al considerar algunos que la protección acordada no era suficiente, y por ello, en sucesivas conferencias, se intentó su*

*modificación, intentos que acabaron reflejándose en el “Arreglo de Madrid” de 14 de abril de 1891* (Barco Royo, 2007a:28). El Arreglo de Madrid relativo a la Protección de las Indicaciones de procedencia falsas o engañosas (en adelante AMIP) es un tratado especial administrado por la OMPI y realizado entre aquellos miembros del Convenio de París interesados en una mayor protección de las indicaciones de procedencia. Puede considerarse el primer acuerdo específico firmado entre países para proteger aquellos productos originales por su zona de origen (Granados Rojas, 2004:22). Este tratado contempla la protección de indicaciones de procedencia falsas o engañosas, brindando una protección más amplia que el Convenio de París en dos aspectos: la represión de las indicaciones de procedencia engañosas y la protección a las denominaciones regionales de procedencia de productos vinícolas contra su conversión a genéricos (Gastiaburu, 2008:240).

En el punto 1) de su artículo primero, el AMIP define la indicación de procedencia al establecer que todos los productos que lleven una indicación falsa o engañosa en virtud de la cual resulten indicados directa o indirectamente, como país o como lugar de origen, alguno de los países firmantes del Arreglo, o un lugar situado en alguno de ellos, serán embargados al ser importados en cada uno de los dichos países.

De donde se extrae, además de la protección contra la falsedad, que un producto puede ser llevar indicación directa (denominaciones geográficas concretas del lugar de origen) o indirecta (otras referencias al origen como pudieran ser símbolos o imágenes) que informe de su lugar de origen. Aunque sigue sin establecerse una definición concreta al respecto, se comprueba que el fenómeno va madurando y siendo objeto de análisis y plantea una primera clasificación.

#### **4.3. El Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las denominaciones de origen y a su registro internacional**

El Acuerdo de Madrid no fue firmado por todos los países europeos y algunos consideraban inadecuada la protección de la denominación de origen, por lo que negociaron el Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las denominaciones de origen y a su registro internacional de 1958. Hasta el momento es el primer documento internacional específico para la protección internacional de un tipo de indicación de procedencia, la DO.

Además, el ALDO supone tres avances significativos: la primera definición formal del concepto denominación de origen (en su artículo 2), la creación de un registro internacional llevada por la Oficina Internacional de la OMPI y un nivel elevado de protección jurídico-administrativa para la DO.

En primer lugar, el ALDO define DO como *aquella denominación geográfica de un país, región o localidad que sirva para designar un producto del mismo y cuya calidad o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos.*

Atendiendo a las referencias aportadas por el CUP, el AMIP y el ALDO, parece evidente que existen dos conceptos muy diferenciados: indicación de procedencia y DO. Mientras que la indicación de procedencia es la indicación directa o indirecta del lugar de origen de un producto, la DO es la singularización de un producto por su lugar geográfico de origen siempre y cuando la calidad o características del producto se deben exclusivamente a los factores naturales y humanos del medio geográfico de origen. De donde se extraen dos diferencias claras entre ambos conceptos (Granados Rojas, 2004:23):

1) La indicación de procedencia es información añadida sobre el origen del producto mientras que la denominación de origen consiste en designar al producto a través del nombre de su zona geográfica de origen.

2) La indicación de procedencia aporta información acerca del origen del producto mientras que el concepto de denominación de origen se reserva para productos en los que esa procedencia implica, además, calidad o características derivadas exclusivas o esencialmente al medio geográfico del que procede.

En segundo lugar, el ALDO supone la creación de un registro internacional ya que establece que, además de reunir las condiciones derivadas del propio concepto de DO, se exige no solo que la DO esté reconocida y protegida como tal en el país de origen, sino que además la DO debe inscribirse en un Registro Internacional gestionado por la Oficina Internacional de la OMPI.

Esto nos lleva al tercer y último aspecto destacado del ALDO: el establecimiento por primera vez de niveles de protección elevados para una tipo específico de indicación de procedencia. Por primera vez, se protege no solo la denominación estricta como tal, sino también, *y esto es lo especialmente relevante como nivel de protección más elevado, cualquier expresión o denominación semejante que pueda llevar a confusión sobre las características del producto a través de su origen* (Maroño Gargallo, 2002:35).

#### **4.4. Los Aspectos de los Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el comercio perteneciente al Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio**

En 1994, la Organización Mundial del Comercio incluye en su Anexo 1C el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el comercio (en adelante el ADPIC) que contiene las normas internacionales sobre propiedad intelectual. EL ADPIC dedica la Sección 3 de su Parte II a las indicaciones geográficas. Como podemos observar, el ADPIC utiliza el término indicaciones geográficas frente a los términos indicación de procedencia y DO que habíamos visto hasta el momento en la legislación internacional relativa a la protección de determinados productos por su origen geográfico. Se añade así un nuevo concepto al fenómeno objeto de estudio en la presente investigación que, en realidad, y como veremos posteriormente cuando abordemos el establecimiento del en el marco legal comunitario, nace dos años antes, en 1992, a través del Reglamento europeo (CE) nº 2081/1992 junto con la figura denominación de origen protegida. En la Sección 3 de su parte II, destacan especialmente para nuestra investigación los Artículos 22 y 23 del ADPIC sobre la Protección de las indicaciones geográficas y sobre la Protección adicional de las indicaciones geográficas de los vinos y bebidas espirituosas, respectivamente. De su lectura se desprenden dos aspectos especialmente relevantes que varios autores coinciden en destacar (Maroño Gargallo, 2002: 37-41, Granados Rojas, 2004:24-26 y Gastiaburu (2008:242-249): en primer lugar, supone la definición formal a nivel internacional de la figura indicación geográfica, que se define como aquella mención que identifique 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. En segundo lugar, establece la existencia de dos niveles de protección: uno aplicable a indicaciones geográficas de todo tipo de productos (artículo 22) y otro reservado para las indicaciones geográficas de vinos y bebidas espirituosas con un grado adicional de protección jurídica (artículo 23). Para Maroño Gargallo (2002:39-41), el Artículo 23 del ADPIC significa una protección reforzada, que a diferencia del anterior nivel, ya no se basa exclusivamente en la protección de los consumidores y la competencia desleal.



## 5. DESARROLLO HISTÓRICO DEL MARCO JURÍDICO COMUNITARIO PARA LA PROTECCIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS

En la fecha de aprobación del Tratado Constitutivo de la CEE, el 25 de marzo de 1957, no todos los países europeos reconocían la figura de la denominación de origen, razón por la cual el derecho comunitario no dispone de una reglamentación global y unitaria en esta materia. Para encontrar las normas comunitarias que regulan este fenómeno hay que adentrarse en el Derecho comunitario derivado, donde la reglamentación se ha ido produciendo históricamente de forma muy escalonada y, además, diferenciada por tipo de productos: primero los vitivinícolas y, más recientemente, los productos agrícolas y alimenticios (Maroño Gargallo, 2002:175).

### 5.1. Historia legislativa comunitaria: el sector vitivinícola

Es en el ámbito del sector vitivinícola donde nace y se desarrolla principalmente la legislación entorno al fenómeno de las indicaciones geográficas. Para Barco Royo (2007:30), el Reglamento (CEE) nº 24/1962, de 4 de abril de 1962, relativo al establecimiento de una organización común del mercado vitivinícola, permite el sector vitivinícola ser el primer sector objeto de protección a nivel comunitario, al regular los denominados vinos de calidad producidos en regiones determinadas<sup>3</sup> a través de los reglamentos posteriores (CEE) nº 816/1970, por el que se establece la OCM del sector vitivinícola y (CEE) nº 817/1970, de 28 de abril, por el que se regulan los “vcprd”.

Posteriormente, se suceden dos hitos importantes en relación a la protección del sector vitivinícola en el ámbito comunitario: la Conferencia de Stresa de julio de 1958, que supone la aprobación de los principios básicos que debían regir la agricultura europea; y el establecimiento en 1959 del arancel aduanero común que protegía la producción vinícola de los países comunitarios de terceros países a través de la adopción del denominado principio de “preferencia comunitaria». No obstante, la primera norma específica que adoptó el Consejo en este sector fueron el ya citado Reglamento (CEE) nº 24/1962, de 4 de abril de 1962 y el Reglamento (CE) nº 1493/1999, de 17 de mayo, por el que se establece la organización común del mercado vitivinícola (Maroño Gargallo, 2002:184).

El Reglamento (CE) nº 1493/1999 supone la distinción de dos grandes categorías de vinos designados mediante una indicación geográfica: los vinos de mesa y los “vcprd”, siendo estos últimos los más interesantes por estar sometidos a normas más rígidas de producción y calidad. Nueve años después, se aprueba el Reglamento (CE) nº 479/2008 por el que se establece la nueva normativa que regula en la actualidad la organización común del mercado vitivinícola. Aunque el nuevo reglamento no hace mención alguna los vinos de mesa ni a los “vcprd”, si contempla las denominaciones de origen, indicaciones geográficas y términos tradicionales y las denominaciones geográficas e indicaciones geográficas.

### 5.2. Historia legislativa comunitaria: el sector agroalimentario

En 1992 se regulan a nivel comunitario las indicaciones geográficas, las denominaciones de origen (Reglamento (CE) nº 2081/92) y las especialidades tradicionales garantizadas (Reglamento (CE) nº 2082/92) en productos agrícolas y alimentarios, actualizados hoy por los Reglamentos (CE) nº 510/2006 y nº 509/2006 respectivamente (Barco Royo, 2007:30).

---

<sup>3</sup>

En adelante vcprd.

La aprobación de los Reglamentos (CE) nº 2081/1992 y (CE) nº 2082/1992 marcan un hito en el marco legal internacional en tres aspectos fundamentales. Por un lado, suponen el surgimiento por primera vez del concepto indicación geográfica. En segundo lugar, supone la regulación de niveles de protección jurídica a sectores diferentes del tradicional sector vitivinícola y en tercer lugar supone la asunción de dos niveles de protección diferentes en el sector agroalimentario. Además, como expone Gómez Lozano (2004: 27-28) esta normativa, aunque europea, tiene trascendencia internacional porque su ámbito de aplicación se extiende a terceros países al permitírseles solicitar el registro de determinadas indicaciones geográficas si cumplen la normativa comunitaria.

## **6. DESARROLLO HISTÓRICO DEL MARCO JURÍDICO NACIONAL PARA LA PROTECCIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS: NIVELES DE PROTECCIÓN EN ESPAÑA**

Si el marco legal internacional para la protección de determinados productos por su origen nace de la mano de la legislación para la protección de la propiedad intelectual, en España lo harán de la mano de las normas legales reguladoras del sector vitivinícola. En concreto, la introducción, en el marco jurídico español, de normas específicas encaminadas a proteger determinados productos por su origen tiene lugar a través de la mención DO establecida por el Decreto del 18 de abril de 1932. Esta normativa, que nace al amparo de las legislaciones internacionales expuestas anteriormente y de la resolución del ejemplo de Francia, país a quien se le atribuye la primera delimitación jurídica de la denominación de origen tiene un objetivo principal: incentivar y proteger la producción vitivinícola española en adaptación a la normativa internacional (Maroño Gargallo, 2002: 53).

En cumplimiento de lo dispuesto por este primer Decreto, se promulga otro con fecha del 8 de septiembre de 1932 que, un año después, se convertirá en la Ley de 26 de mayo de 1933 del Estatuto del Vino (en adelante EV) que dedicaba su Capítulo cuarto a las DO. La aprobación de esta ley evidencia la intencionalidad del legislador español de adaptar nuestra legislación en la materia a las entonces recientes normativas internacionales. En cualquier caso, el EV de 1933 supone un gran avance por cuanto por primera vez en España se define el concepto DO, se determina un régimen de reconocimiento y control de cada denominación en la que intervenían tanto el Estado como los sectores interesados y, finalmente, protegía a las denominaciones reservando su uso en exclusiva para aquellos vinos que tuvieran derecho a ser designados por ella (Maroño Gargallo, 2002: 54).

38 años después, se aprueba la Ley 25/1970, de 2 de diciembre, Estatuto de la Viña, del Vino y los alcoholes, que fundamentada en el anterior Estatuto del Vino, se considera la legislación más relevante en la materia a nivel nacional ya que profundiza en la protección de las indicaciones geográficas atendiendo a la evolución de las normas internacionales y sienta las bases de la protección jurídica de las indicaciones geográficas en el contexto legislativo español (a través de las figuras denominación de origen, denominación de origen calificada, denominación genérica y denominación específica); supone la creación de los Consejos Reguladores y los Reglamentos de uso de las indicaciones geográficas cuya tutela les corresponda; y extiende la protección a productos agrícolas no vitivinícolas.

Posteriormente, dos hitos importantes en la historia de España tendrán una importante repercusión en el marco legal español para las indicaciones geográficas: la Constitución española de 1978, fundamentalmente en lo que respecta al reparto de competencias en materia de propiedad industrial y agricultura y la entrada de España en la Comunidad Europea, por

cuanto exige una lógica adaptación paulatina de la legislación española al marco jurídico comunitario en general.

En la actualidad, el marco legal nacional vigente relativo a la protección de determinados productos por su origen geográfico es amplio y podría dividirse en normas fundamentales y legislación estatal. Subdividiéndose estas últimas en normas de carácter general y normas de carácter especial.

Las normas fundamentales son la Constitución Española de 1978 (en sus artículos 20.1.b), 148.1.7ª y 149.1.9ª y 10ª), el tratado constitutivo de la Comunidad Europea de 1957 (en su artículo 36) y el Acta relativa a las condiciones de adhesión de España a las Comunidades Europeas, de 12 de junio de 1985 (artículo 129) (Milans del Bosch, 1994: 31-35).

Entre las normas generales que rigen la legislación del Estado al respecto encontramos la Ley 32/1988 de Marcas (artículos 1º, 11.1.c), 33.1.b) y 3 y del 58 al 72), el Real Decreto 645/1990 por el que se aprueba el Reglamento para la ejecución de la ley 32/1988 de Marcas (artículos del 21 al 25) y la Ley 3/1991 de competencia Desleal (artículos 1º, 5º, 6º, 7º, 11, 12, y del 18 al 26) (Milans del Bosch, 1994: 37-52).

En relación a las normas específicas, siendo estas especialmente relevantes profusas, detallamos en los epígrafes aquellas normas de carácter especial que, a medida que desarrollan la protección de las indicaciones geográficas en España, introducen nuevas figuras o denominaciones, como la denominación de origen, la denominación específica o la denominación de origen calificada.

### **6.1. La denominación de origen**

Aunque en el capítulo primero, denominación de origen de los vinos, el artículo 79 de la Ley 25/1970 define de forma incipiente la denominación de origen, no es hasta la aprobación del Decreto 835/1972, de 23 de marzo de 1972, por el que se aprueba el reglamento de la Ley 25/1970, Estatuto de la Viña, del Vino y los alcoholes, cuando se concrete su definición al añadir condicionantes de difusión o prestigio para que un nombre geográfico sea empleado para designar un producto a través de la mención de su procedencia.

### **6.2. La denominación de origen calificada**

Aparece por primera vez mencionada en el artículo 86 de la Ley 25/1970 y desarrollada en el ya citado Decreto 835/1972 que se encarga de definir las condiciones por las que se considerará formalmente que un producto posee especiales peculiaridades. 16 años después, se aprueba el Real Decreto 157/1988, que será modificado mediante el Real Decreto 1906/1995, que supondrá el establecimiento de la normativa a que deben ajustarse las Denominaciones de Origen y las Denominaciones de Origen Calificadas de vinos y la aprobación de sus respectivos Reglamentos (B.O.E. de 24 de febrero de 1988). Finalmente, la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino supone un gran avance para el sector vitivinícola español y para nuestro trabajo ya que, en sus artículos 12 y 13, justifica la protección jurídica para el origen y la calidad de los vinos y especifica cuáles son los niveles de protección del origen y la calidad de los vinos.

### **6.3. La denominación genérica y la denominación específica**

Ya mencionadas en la Ley 25/1970 y en el Decreto 835/1972, estos sistemas de protección no serán desarrollados y definidos hasta la publicación del Real Decreto 1573/85, de 1 de agosto por el que se regulan las denominaciones genéricas y específicas de productos alimentarios,

denominaciones de origen de otros productos y denominaciones específicas. Posteriormente el Real Decreto 728/1988, de 8 de julio, establecerá la normativa a que deben ajustarse las Denominaciones de Origen, Específicas y Genéricas de productos agroalimentarios no vínicos (B.O.E. de 12 de julio de 1988). Finalmente, la Orden de 25 de enero de 1994 por la que se precisa la correspondencia entre la legislación española y el Reglamento (CEE) nº 2081/92, en materia de Indicaciones geográficas e indicaciones Geográficas de los productos.

## 7. CONCLUSIONES

En España, la normativa recoge principalmente cuatro niveles de protección DO, DOCA, DE y DG. Por su parte, tanto la legislación internacional como la comunitaria coinciden en establecer dos niveles básicos de protección la DOP y la IGP, con las que debe corresponderse la normativa nacional. En cualquier caso, la singularidad de estas menciones radica en la existencia de un vínculo especial y notorio entre el producto y su zona de origen y/o producción. De hecho, a la luz del análisis realizado, observamos como la fuerza del vínculo existente entre el producto y la zona de origen en la DO o DOP es alta ya que, según resulta de la legislación observada, la DO o DOP debe demostrar que las características diferenciales y, la calidad del producto de ellas derivadas, se deben exclusivamente de la zona geográfica de procedencia del producto. Sin embargo, la fuerza del vínculo existente entre el producto y la zona de origen en la DE o IGP es más baja ya que, según resulta de la legislación observada, debe demostrarse que las características diferenciales y, la calidad del producto de ellas derivadas, se deben fundamentalmente, y no de forma exclusiva, a su medio geográfico de origen.

Pero además, tal y como nos muestran los datos derivados de este estudio, el grado de fuerza entre ese vínculo y la calidad o especificidad de dicho producto y su procedencia geográfica genera un interés económico y social tal para la zona de producción que resulta digno de unas incipientes normas legales de protección desde el siglo XIV. Poco a poco esas primigenias fórmulas de protección van evolucionando hasta el siglo XIX, cuando se hace patente la necesidad de una protección jurídica especial para proteger los intereses de determinados productos por sus características específicas ligadas a su origen geográfico. A partir de ese momento, tanto a nivel internacional, como comunitario y nacional se va desarrollando un extenso entramado de normativas orientadas a proporcionar diversos niveles de protección jurídica en función de la fortaleza del vínculo que existe entre las características específicas del producto y su zona de origen. Cuanto más fuerte es el vínculo, mayor es la protección que se otorga. Y cada nivel de protección conlleva una mención diferente.

No obstante, el solo hecho de que un producto sea original por su origen geográfico, no conlleva de forma directa una protección jurídica o legal. Sólo cuando, además de ser un producto singular por su lugar geográfico de origen, dicha singularidad se deriva de una reconocida calidad ligada producto a ese lugar geográfico de origen, el sector productivo que lo produce y elabora puede solicitar su registro oficial. Dicho registro oficial, internacional, nacional o comunitario en el ámbito que nos ocupa, proporciona al producto al que ampara una protección jurídica dando lugar a la indicación geográfica. Para optar a dicha protección, el entorno productivo, debe demostrar y documentar ante las instancias oficiales ante las que se quiera realizar el registro, que existe un vínculo entre la zona geográfica de origen y las características específicas del producto, ligadas a su calidad, que lo hacen único en su especie.

A la luz de la literatura y la legislación consultada, es evidente un temprano y progresivo interés histórico y social tanto por la realidad del fenómeno de productos originales por su origen geográfico, como por ofrecer una adecuada protección de dichos productos desde

diversas perspectivas (fraude, competencia ilícita, protección tanto de los productores y consumidores, etc.) en diversos ámbitos (en dependencia de alcance territorial del organismo que garantice y ofrece dicho sistema de protección donde se registre: comunitaria, internacional, nacional, autonómico, nacional con reconocimiento gracias a acuerdos bi y multilaterales, etc.).

La investigación realizada nos conduce a considerar que de la adopción de una indicación geográfica protegida se deriva un doble beneficio:

- a) una protección jurídica frente a competidores desleales o imitaciones y
- b) una serie de ventajas comunicacionales, ya que diferencian al producto al que designan de otros de similares características a la par que le confieren un valor añadido extra en relación a una calidad derivada de su procedencia.

Podemos entonces deducir, que el interés de adoptar una de estas menciones de calidad protegidas radica en buena parte en su capacidad de ofrecer garantías jurídicas tanto al entorno productivo ante el fraude y la competencia desleal y la reputación tanto del producto al que amparan como a su zona socioeconómica de producción como a los públicos de su entorno informándolos de las características especiales y diferenciadoras del producto derivadas de su calidad única, reputada y excepcional. El valor añadido que aportan las indicaciones geográficas tanto al producto al que amparan como a su entorno social y productivo es tal que merecen, en función de la reputación del producto, una protección jurídica específica que históricamente se ha vuelto más y más profusa a nivel internacional, comunitario y nacional.

El resultado del análisis de las legislaciones permite afirmar que el interés de las indicaciones geográficas gira en torno al valor que aportan, fundamentalmente, en torno a la calidad, asociación a los valores sociales y culturales de la zona de origen (que se asumen como positivos en relación a la materia prima y al saber hacer en la elaboración y producción del producto), la defensa ante el fraude y el desarrollo de económico de la zona. Pero también se relacionan con la percepción pública e imagen (positiva) del producto y su zona de origen.

En este sentido, estos valores positivos que se vinculan a un determinado producto por su origen geográfico, se erigen como una estrategia legítima para la gestión de la comunicación institucional, que permite canalizar los mensajes que el sector productivo del producto al que ampara la indicación geográfica protegida en torno a la percepción de la calidad del producto. Desde esta perspectiva, los resultados de este trabajo permiten observar la indicación geográfica protegida como una estrategia de gestión de las relaciones entre el sector productivo, representado en su consejo regulador, y los públicos de su entorno. Esta conclusión general se sustenta en tres pilares fundamentales (Pulido Polo, 2013: 121-123):

- a) la vinculación del fenómeno de las indicaciones geográficas con los conceptos de reputación, imagen y prestigio
- b) la búsqueda de la confianza por la calidad del producto al que ampara la indicación geográfica, y
- c) la existencia de un consejo regulador, que representa al sector productivo, como emisor de un proceso de gestión de las relaciones organización públicos.

Este aspecto resulta especialmente relevante puesto que sitúa al fenómeno de las indicaciones geográficas en una intercesión estratégica entre el sector productivo y los públicos de su

entorno que se resuelve a través de los conceptos de credibilidad, confianza y calidad que se derivan de la adopción de una indicación geográfica protegida.

Desde los postulados de la perspectiva relacional de las relaciones públicas, las indicaciones geográficas protegidas permiten al entorno productivo del producto amparado por una indicación geográfica protegida, instalar un sistema de comunicación dialógico con sus públicos (receptores y sujetos pasivos del proceso de gestión de las relaciones con los públicos), canalizado a través del consejo regulador (emisor y sujeto activo). La finalidad de este proceso es generar, a través de la gestión de las relaciones, un equilibrio de intereses mutuo entre el entorno productivo (representado de forma legítima en la forma de consejo regulador) y su universo de públicos, que cristalice en un mensaje de confianza en el producto por la calidad que oficialmente certifica la indicación geográfica que lo protege.

Como conclusión final, podemos establecer que la indicación geográfica protegida funciona como una estrategia de gestión de la comunicación institucional permitiendo, al sector productivo que la promueve, iniciar un proceso de gestión de las relaciones con los públicos de su entorno. Este proceso de gestión de las relaciones, genera a su vez un diálogo que, sustentado en el concepto de confianza, vertebra el establecimiento de una red de relaciones de calidad que permiten al consejo regulador (tutor institucional y oficial de la indicación geográfica adoptada) desarrollar sus metas corporativas en la sociedad, velando por la reputación del producto al que ampara.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AA.VV. (1989): *Técnicas de investigación en ciencias sociales. Datos. Observación. Entrevista. Cuestionario*. Madrid, Narcea, S.A. de ediciones.

AA.VV. (1995): *Historia y cultura del vino en Andalucía*. Sevilla, Juan José Iglesias Rodríguez (ed.) Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

AA.VV. (2003): *Derechos intelectuales*. Ciudad de Buenos Aires, Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma.

AA.VV. (1992): *Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española*. Madrid, Espasa Calpe.

AA.VV. (2001): *Diccionario de la Lengua Española. Real Academia Española*. Madrid, Espasa Calpe.

ARANA, M. C (2005): “Las denominaciones de origen: una metodología para su reconocimiento”. *Revista de la competencia y la propiedad intelectual*, 1. Lima, Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual. <<http://aplicaciones.indecopi.gob.pe/ArchivosPortal/boletines/recomp/castellano/articulos/pri mavera2005/Maria%20del%20Carmen%20Arana.pdf>>. [Consultado el 23-04-2009].

BARCO, E. (2002): “El sector vitivinícola en el siglo XXI”, *Distribución y Consumo*, 65. Madrid, Mercasa.

BARCO, E. (2004): “De economía y denominaciones de origen”. *Cuadernos de la Tierra*, 3. Madrid, Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos. <[http://www.upa.es/\\_clt/lt\\_cuadernos\\_3/pag\\_033-040\\_economia.pdf](http://www.upa.es/_clt/lt_cuadernos_3/pag_033-040_economia.pdf)>. [Consultado el 14-10-2008].

- BARCO, E. (2007a): “Denominaciones de origen. La incidencia de la localización y deslocalización”. *Distribución y consumo*, 96. Madrid, Mercasa. <[http://www.mercasa.es/files/multimedios/1288205986\\_DYC\\_2007\\_96\\_27\\_39.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1288205986_DYC_2007_96_27_39.pdf)>. [Consultado el 14-10-2008].
- BARCO, E. (2007b): “La reforma de la OCM del sector vitivinícola”. *Agricultura familiar en España. Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos*. <[http://www.upa.es/anuario\\_2007/pag\\_096-111\\_barco.pdf](http://www.upa.es/anuario_2007/pag_096-111_barco.pdf)>. [Consultado el 14-10-2008].
- BARCO, E. (2008): “El Rioja entre dos siglos”, *Cuaderno de campo*, 40. Revista Técnica de la Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural del Gobierno de la Rioja. La Rioja, Instituto de Estudios Riojanos.
- BARCO, E., NAVARRO, M. C., y LANGREO, A., (2005): “Cambios en el mercado internacional del vino”. *Distribución y Consumo*, 80. Madrid, Mercasa. <[http://www.mercasa.es/files/multimedios/1290791804\\_DYC\\_2005\\_80\\_53\\_63.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1290791804_DYC_2005_80_53_63.pdf)>. [Consultado el 10-11-2008].
- BARCO, E., NAVARRO, M. C., PINILLOS, M. (2006): “Estrategias de diferenciación versus estrategias de tamaño. El caso de la DOCA Rioja”. *Cuaderno de Campo*, 34. Revista Técnica de la Consejería de Agricultura y Desarrollo Económico del Gobierno de la Rioja. La Rioja, Instituto de Estudios Riojanos. <<http://ias1.larioja.org/apps/catapu/documentos/campo34.pdf>>. [Consultado el 13-11-2008].
- BELLO, L., GÓMEZ, J. (1996): “Las denominaciones de origen y otras señas de calidad en las estrategias de diferenciación de los productos agroalimentarios: una propuesta metodológica”. *Cuadernos aragoneses de economía*, vol. 6, 2. Zaragoza, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Zaragoza.
- BERENGUER G., L. (2006) “El registro de indicaciones geográficas de terceros Estados en la Unión Europea”. *Simposio Internacional de Indicaciones Geográficas*. Comunidad Andina de Naciones, Lima, 11 y 12 de enero del 2006.
- BERENGUER R., A. (2006) “Indicaciones geográficas: Introducción a sus elementos esenciales”. *Simposio Internacional de Indicaciones Geográficas*. Lima, Comunidad Andina de Naciones.
- BOTANA AGRA, M. J. (2001): *Las denominaciones de origen*. Madrid, Marcial Pons-Ediciones Jurídicas y Sociales.
- BOTANA AGRA, M. J. (2001): *Las denominaciones de origen*. Madrid, Marcial Pons-Ediciones Jurídicas y Sociales.
- CORTÉS MARTÍN, J. M. (2003): *La protección de las indicaciones geográficas en el comercio internacional e intracomunitario*. Madrid, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- DE SOUSSA BORDA, A. L. (2003): “Indicaciones geográficas”. *Derechos intelectuales*. Buenos Aires, Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma.
- GASTIABURU, K. (2008): “Indicaciones geográficas y denominaciones de origen: modos de protección internacional de los productos de calidad agroalimentarios, vitivinícolas, artesanales y otros”. *Revista de la Competencia y la Propiedad Intelectual*, 7. Lima, Instituto

Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual. <<http://aplicaciones.indecopi.gob.pe/ArchivosPortal/boletines/recompicastellano/articulos/primavera2008/04IndicacionesGeograficas.pdf>>. [Consultado el 22-04-2009].

GÓMEZ LOZANO, M. M. (2009): “Algunas observaciones sobre el vigente régimen jurídico de las indicaciones geográficas”. *RDM*, 233. Madrid.

GÓMEZ LOZANO, M. M. (2004): *Denominaciones de origen y otras indicaciones geográficas*. Navarra, Aranzadi.

GONZÁLEZ BOTIJA, F. (2003): *El régimen jurídico de los vinos de calidad producidos en región determinada*. Barcelona, Ed. Atelier.

GRUNIG, J. E. y HUNT, T. (2000): *Dirección de relaciones públicas*, Barcelona, Gestión 2000.

GUTIÉRREZ, G. (2003): *El Pisco. Apuntes para la defensa internacional de la denominación de origen peruana*. Lima. Fondo Editorial del Congreso del Perú.

JIMÉNEZ BLANCO, P. (1996): *Las denominaciones de origen en el derecho de comercio internacional*. Madrid, Editorial Eurolex.

JIMÉNEZ ZARCO, A.I. (2002): “La percepción de las denominaciones de origen Mancha y Valdepeñas de España”. *Agroalimentaria*, vol. 8, 14. Mérida, Centro de Investigaciones Agroalimentarias. <[http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17820/1/articulo14\\_4.pdf](http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17820/1/articulo14_4.pdf)>. [Consultado el 20-10-2009].

JIMÉNEZ ZARCO, A.I. y GÓMEZ, M.A. (1997): “La denominación de origen como marca: la procedencia como elemento de identidad”. *Investigación y marketing*, 55. Barcelona, Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión.

LÓPEZ BENÍTEZ, M. (1996): *Las denominaciones de origen*. Barcelona, Editorial Cedecs.

LÓPEZ BENÍTEZ, M. (2004): *Del estatuto del vino a las leyes del vino: un panorama actual y de futuro de la ordenación vitivinícola en España*. Madrid, Editorial Cívitas.

MAROÑO GARGALLO, M<sup>a</sup> DEL MAR (2002): *La protección jurídica de las denominaciones de origen en los derechos español y comunitario*, Madrid, Editorial Marcial Pons.

MARTÍN CERDEÑO, V. J. (2006): “Denominaciones de origen: una revisión en el mercado español”. *Distribución y consumo*, 90. Madrid, Mercasa. <[http://www.mapa.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf\\_DYC/DYC\\_2006\\_90\\_87\\_113.pdf](http://www.mapa.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_2006_90_87_113.pdf)>. [Consultado el 05-11-2009].

MARTÍNEZ RUIZ, M.P. Y JIMÉNEZ ZARCO, A.I. (2006): “La potenciación del origen en las estrategias de marketing de productos agroalimentarios. Objetivos, situación e implicaciones”. *Boletín económico del ICE*, 2880. Madrid. <[http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE\\_2880\\_13-30\\_\\_AA7AB062C8AB61FC37C68753B1DEF0DB.pdf](http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_2880_13-30__AA7AB062C8AB61FC37C68753B1DEF0DB.pdf)>. [Consultado el 10-12-2009].



MILLÁN, A.; YAGÜE, M.J. (1997): “Consumo del vino: Evolución y tendencias”. *Distribución y consumo*, 32. Madrid, Mercasa. <[http://www.mapa.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf\\_DYC/DYC\\_1997\\_32\\_17\\_35.pdf](http://www.mapa.es/ministerio/pags/biblioteca/revistas/pdf_DYC/DYC_1997_32_17_35.pdf)>. [Consultado el 04-09-2009].

PULIDO POLO, M. (2013): “La perspectiva relacional de las relaciones públicas: una aproximación al valor comunicacional de las indicaciones geográficas”. *Revista Comunicación*, Nº 11, Vol.1.

SCHIAVONE, E. (2003): “Indicaciones geográficas”. *Derechos intelectuales*. Buenos Aires, Editorial Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma.

YAGÜE, M.J. Y JIMÉNEZ, A.I. (2002a): “Estrategias de diferenciación en los mercados agroalimentarios: la percepción de la imagen de la Denominación de Origen”. *Investigación y Marketing*, 76. Barcelona, Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión. <<http://www.aedemo.es/aedemo3/socios/revista76/ad-76-05.pdf>>. [Consultado el 04-09-2009].



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 3.0 Unported License](https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/)

