

Ley sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen

por Fabrizio Modica Bareiro⁽¹⁾

1. Antecedentes

En junio del 2013 fue promulgada la Ley N° 4.923/13 que regula la protección jurídica de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen. La presente normativa da cumplimiento a lo establecido en el Anexo 1C de la Organización Mundial del Comercio (OMC) respecto al “Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio” (ADPIC o TRIPS por sus siglas en inglés) ratificado por nuestro país según Ley N° 444/94, en cuanto se refiere a la Protección de las Indicaciones Geográficas ⁽²⁾.

Sin embargo las Indicaciones Geográficas ya se encontraban reguladas en nuestra actual Ley de Marcas 1294/98 y en el “Protocolo de Armonización de Normas sobre Propiedad Intelectual en el Mercosur, en Materia de Marcas, Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen”, ratificado por Uruguay y Paraguay, este último por Ley N° 912/96. Sin embargo, la actual normativa vino a derogar el capítulo XI de la Ley de Marcas referidas a la Indicación Geográfica y demás disposiciones contrarias a la presente ley.

La Cámara Paraguaya de la Stevia (CAPASTE) fue la impulsora de la presente ley en análisis con el fin de obtener la protección jurídica del *Ka'a He'e*. Para ello obtuvo primeramente el Decreto 8392/06 donde se reconoce a la especie *Stevia Rebaudiana Bertoni* – *Ka'a He'e* como originaria del Paraguay, teniendo en cuenta su descubrimiento, clasificación taxonómica, botánica y determinación del principio activo y su declaración de interés agrícola, como rubro de diversificación de la producción agrícola.

Por Decreto N° 6329/11 se crea la sección encargada de las Indicaciones Geográficas identificadas con la sigla SIG dependiente de la Dirección de la Propiedad Industrial del Ministerio de Industria y Comercio, para finalmente aprobarse la Ley N° 4.923/13 sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, a cargo actualmente de la reciente creada Dirección Nacional de la Propiedad Intelectual (DINAPI). Estaría pendiente la reglamentación de la presente ley por parte del Poder Ejecutivo.

2. Identificación de un lugar concreto

Según el Art. 2° Inc. a de la Ley N° 4.923/13, la denominación de origen es “el nombre de un país, región, departamento, distrito o localidad, o de un lugar determinado, que sirve para designar un producto originario de alguno de éstos, y

¹ Abogado egresado de la Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción (Paraguay). Candidato al Doctorado en Derecho por la Universidad Austral de Buenos Aires (Argentina). Magíster en Propiedad Intelectual por la Universidad Austral de Buenos Aires (Argentina). Candidato al Master en Docencia en Educación Superior por la Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción (Paraguay). Coordinador Académico del Diplomado en Propiedad Intelectual en Paraguay de la Universidad Austral de Buenos Aires (Argentina). Socio del estudio jurídico Bareiro Modica Abogados (Paraguay). Email: fabriziomodica@gmail.com

² Art. 22 Inc. 1. “A los efectos de lo dispuesto en el presente Acuerdo, indicaciones geográficas son 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”.

cuya calidad o características se deban esencial o exclusivamente al medio geográfico en el cual se produce, comprendidos los factores naturales así como los que sean resultado de la actividad humana”.

A su vez, la indicación geográfica está definida por el Inc. *b* de la mencionada norma como “el nombre de un país, región, departamento, distrito o localidad, o de un lugar determinado, que sirve para designar un producto originario de alguno de éstos, cuando determinada cualidad, reputación y otra característica sea imputable o atribuible fundamentalmente a su origen geográfico”.

La diferencia es sutil: En uno y otro caso se trata de productos originarios de un medio geográfico determinado que les da características propias, pero en la denominación de origen a las condiciones que el medio brinda al producto se agrega la habilidad de sus habitantes para la obtención de una determinada calidad. En otras palabras, en la denominación de origen la calidad o características del producto se deben esencial o exclusivamente al medio geográfico particular, con todos aquellos factores naturales y humanos inherentes a él, y la obtención final del producto en todas las fases del proceso (producción, transformación y elaboración) debe tener lugar en dicha zona geográfica definida. Mientras que en la indicación geográfica solamente se identifica un producto originario de un lugar determinado, cuya cualidad, reputación o característica sea imputable o atribuible a su origen geográfico, debiendo al menos una de las fases del proceso tener lugar en la zona geográfica determinada.

En general, más allá de los tratados, las legislaciones difieren en esta materia. Por ejemplo, nuestra Ley de Marcas une la indicación geográfica y la denominación de origen en un solo tipo: la indicación geográfica. La actual Ley 4.923/13, que la modifica, establece la distinción. Como podemos observar la ley se refiere solamente a productos, a diferencia de otras legislaciones donde también están reconocidos los servicios, como es el caso de la legislación brasileña y el Protocolo del Mercosur³).

En general, los grandes tipos de vino europeos, como los franceses *Champagne*, *Bordeaux*, *Bourgogne*, el italiano *Chianti* y el portugués *Porto*, por ejemplo, o los licores, como el *Cognac*, así como el *Tequila* mejicano, el *Pisco* peruano o el *Habano* cubano son considerados denominaciones de origen. Incluso algunos de estas son “controladas” por ley, es decir, se especifican sus características. En cambio, es indicación geográfica *Carrara* para mármol proveniente de dicha región italiana, pues es una formación natural, sin que tenga que ver la habilidad de los moradores de la región. Otros casos son más difíciles en establecer a cual categoría pertenecen debido a que debe determinarse si el proceso de elaboración tiene lugar en su totalidad en dicha zona geográfica -lo que implicaría contar con factores humanos locales- como sería el caso del *Roquefort*, que es un queso producido en las cuevas del pueblo francés de Roquefort que además de las características especiales del territorio, existiría cierto método de elaboración para conferirle un mayor valor al producto. Lo mismo puede decirse del *Café de Colombia* o *Alicante* para turrónes. De todos modos la distinción es meramente teórica, puesto que la protección acordada es la misma ya sea que se trate de denominaciones de origen o indicaciones geográficas.

Adicionalmente nuestra legislación establece en el numeral 2 del Art. 2º que “también se considerarán denominaciones de origen o indicaciones geográficas las denominaciones tradicionales, geográficas o no, que designen un producto agrícola o

³ Art. 19, Inc 3: “Se considera denominación de origen el nombre del país, ciudad, región o localidad de su territorio, que designe productos o servicios cuyas cualidades o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, incluidos factores naturales y humanos”.

alimenticio que cumplan las condiciones mencionadas en el numeral 1)”. Obviamente este numeral 2 tuvo como finalidad incluir la protección del *Ka'a He'e*, ya que el mismo se trata de un edulcorante natural extraído de la planta *Stevia Rebaudiana* que no constituye precisamente una denominación geográfica que haga mención al nombre de un país, región, departamento, distrito, localidad o lugar determinado.

Pese a las gestiones ya iniciadas hace algún tiempo para que el *Ka'a He'e* sea declarado como la primera denominación de origen nacional, creemos que en realidad le correspondería ser una indicación geográfica, sobre todo porque el mismo no se debe exclusivamente a las condiciones especiales del medio ni tampoco el producto final del edulcorante es elaborado necesariamente en la zona de cultivo. Entendemos que se adaptarían mejor como denominaciones de origen los siguientes ejemplos: *Chipa Barrero* para la fabricación de chipas de la zona de Ayolas; *Ñandutí* para el encaje típico bordado en la ciudad de Itaugua y el *Ao Po'i* para el bordado realizado en Yataity del Guairá.

3. Diferencia con la marca

La denominación de origen y la indicación geográfica no son marcas. Éstas identifican bienes o servicios de un fabricante o proveedor determinado, mientras que aquéllas con conceptos geográficos vinculados a factores de suelo, clima, topografía, etc., a los que se suma en el caso de la denominación la habilidad humana para producirlos.

Se ha dicho que las denominaciones de origen e indicaciones geográficas, a diferencia de las marcas e incluso de las patentes de invención, no son creaciones de la fantasía o de la capacidad de innovación, sino de condiciones geográficas naturales donde se cultiva o produce un determinado bien. A diferencia de la marca, la denominación de origen e indicación geográfica no pueden tener propietarios exclusivos, pero su uso se limita a los productores de la región a que una y otra se aplican.

En las disposiciones complementarias de la ley en análisis, se establece la imposibilidad de registrar como marca para distinguir productos la que correspondiere a una denominación de origen o indicación geográfica debidamente registrada, solicitada o conocida, nacional o internacionalmente (Art. 44). A su vez, para el caso que se pretenda registrar como indicación geográfica o denominación de origen una marca ya registrada, será necesario que se extinga el derecho a la marca ya sea por renuncia del titular, por extinción del plazo, o cualquier otra causa de caducidad (Art. 45).

Ha de tenerse también en cuenta que a las denominaciones de origen e indicaciones geográficas les son aplicables el principio de especialidad, propio del sistema marcario. Esto significa que el nombre de una denominación de origen o indicación geográfica puede ser registrada como marca para proteger productos o servicios que nada tengan que ver con aquellos bienes a los cuales identifica. Por ejemplo, nadie puede registrar *Champagne* para proteger vinos, pero sí podría hacerlo para distinguir ropas o medicamentos.

4. Registro

El Art. 3 establece que tendrán derecho a solicitar el reconocimiento y registro de una denominación de origen o indicación geográfica “quienes demuestren tener legítimo interés, entendiéndose por tales, las personas naturales o jurídicas que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto o los productos que se pretenden amparar, así como las asociaciones que las agrupen. Las

autoridades departamentales o municipales también se considerarán interesadas, cuando se trate de indicaciones geográficas o denominaciones de origen de sus respectivas circunscripciones”.

Se establece en el Art. 4 que por cada indicación geográfica o denominación de origen habrá un comité regulador de productores. El registro de una denominación o una indicación ha de ser solicitado por un comité de productores de la zona dedicados a elaborar el producto en cuestión (Art. 18). La solicitud se presenta a la Oficina de Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen, dependiente de la Dirección General de la Propiedad Industrial. Durante el procedimiento de registro es posible que terceros puedan presentar oposición al registro basados en que uno de los requisitos no fueron cumplidos (Art.19), estableciéndose un mecanismo de trámite de oposición (Arts. 20). Una vez subsanado el problema(Art. 21) o aprobado su estudio, se procederá a la obtención del registro, el cual deberá ser publicado (Art. 22) y tendrá una duración de diez años, pudiendo ser renovable indefinidamente cada diez años (Art. 16), al igual que una marca.

La titularidad del registro será siempre del comité regulador de productores y sólo podrán emplear la denominación o la indicación los productores que sean socios del comité. Nadie podrá usarlas como marcas.

De acuerdo al Art. 26 el registro de una denominación de origen o indicación geográfica “confiere a los propietarios y usuarios autorizados el derecho de: 1) uso de la denominación o indicación en relación con los productos designados y a impedir su uso por parte de terceros; 2) uso de los emblemas, distintivos, siglas, logotipos, marbetes y otros que se refieran a la indicación geográfica o denominación de origen y 3) Garantía de calidad especificada en la indicación geográfica o denominación de origen”. Como podemos notar, además del tradicional “*ius prohibendi erga omnes*”⁴ que caracteriza a todos los derechos de propiedad intelectual, también encontramos facultades positivas como la del uso y la garantía de asegurar que los productos poseen ciertas características comunes y un nivel de calidad superior, como consecuencia de un sometimiento a un control previo y continuo.

En cuanto al reconocimiento de las indicaciones geográficas extranjeras en el Paraguay, el Art. 23 establece que “no podrán registrarse aquellas que hayan dejado de estarlo en su país de origen o que hayan caído en desuso”. Por su parte, también se establece que para el reconocimiento de éstas en el país, además del requisito de la presentación del certificado de reconocimiento expedido por el país de origen, es necesario que exista reciprocidad con el Paraguay, es decir, en cuanto al registro y la protección en el país extranjero de indicaciones geográficas y denominaciones de origen a ciudadanos o entidades nacionales. Los registros paraguayos en el exterior se tramitarán por el Ministerio de Relaciones Exteriores (Art. 24).

5. Irregistrabilidad

Establece el Art. 25 una serie de prohibiciones o excepciones el registro de una denominación de origen o indicación geográfica. El Inc. A prohíbe el registro de aquellos “que sean nombres genéricos de productos, entendiéndose por tales aquellos que aunque se refieran al lugar o región de producción de los mismos por su uso han pasado a ser nombre común del producto con el que lo identifica el público en la República del Paraguay”. Se consideran genéricos los nombres comunes dentro de una especie, sin una determinación precisa, pues “tiene la naturaleza misma de las

⁴ También conocido como “*ius excluendi*”. Consiste en el derecho negativo que posee el titular para impedir o excluir a terceros del uso de su propiedad, aunque generalmente existen limitaciones o excepciones a ciertos usos que se encuentran fuera de esa prohibición.

cosas designadas y está enteramente incorporada a ellas; es la denominación empleada en la composición, en la calidad y en la utilidad del producto⁽⁵⁾”. Esta prohibición está acorde con el ADPIC, el cual contempla una serie limitaciones para las indicaciones geográficas cuando éstas se traten de un nombre que se haya convertido en término común o genérico⁽⁶⁾, como es por ejemplo el caso de *Cheddar* que se refiere ahora a un tipo determinado de queso no necesariamente producido en Cheddar, Reino Unido. Nos preguntamos si lo mismo sucedería con los quesos *Camambert*, *Gruyere*, *Roquefort* y *Parmesano*, si bien a estos dos últimos se los reconoce ya en nuestro medio por sus nombres genéricos de “queso azul” y “queso de rallar”.

El Inc. B prohíbe el registro “cuando sean marcas registradas de buena fe vigentes o cuando los derechos a una marca se hayan adquirido mediante su uso de buena fe antes de que la indicación geográfica y/o la denominación de origen estuviera protegida en el país de origen”. Esta excepción que también la tenemos contemplada en el ADIPC⁽⁷⁾ está formada por dos situaciones que pasaremos a analizar. En primer lugar no se podría registrar una indicación geográfica o denominación de origen cuando ésta haya sido registrada previamente de buena fe como marca comercial, a pesar de que el Art. 2º Inc. K de la Ley de Marcas 1294/98 establece que las indicaciones geográficas no pueden ser registradas como marcas, sea que el signo consista enteramente en alguna ellas o que la contenga. De todos modos, en el caso de existir una denominación de origen registrada de mala fe como marca, cabría una acción de judicial de nulidad de registro marcario. En segundo lugar el Inc. B habla del uso de buena fe de una marca que contenga una denominación de origen previa a su protección en el país de origen, que consideramos que si bien es una transcripción directa del ADPIC, no es aplicable a nuestro sistema jurídico, ya que nuestra ley de marcas contempla el sistema atributivo de derecho donde la propiedad sobre la misma se adquiere por el registro y no por el uso⁽⁸⁾, a diferencia del sistema declarativo de derecho como es el caso de Estados Unidos donde una de las formas de adquirir la propiedad sobre una marca es por el uso previo en el comercio.

El Inc. C establece que no será posible el registro de “los nombres idénticos o similares a otros ya inscriptos como denominación de origen cuando ello pudiera inducir a error al consumidor en cuanto a la verdadera identidad del producto”. Esta prohibición tiene que ver con la protección de los consumidores. Consiste en tratar de confundir a los consumidores con el fin de atraerlos para sí haciéndoles creer que el producto es de la misma zona o procedencia que la denominación de origen o indicación geográfica de la cual se busca sacar provecho. Se la conoce con el nombre de confusión indirecta, y según la doctrina, hay dos tipos de confusión: la primera de ellas es la llamada “directa”, en la cual el comprador adquiere un producto,

⁵ TINOCO SOARES José Carlos, Tratado de Propiedad Industrial de las Américas – Marcas y congéneres, Editorial Lexis Nexis Argentina, Buenos Aires, 2006, 277.

⁶ Art. 24, Inc. 6. “Nada de lo previsto en esta Sección obligará a un Miembro a aplicar sus disposiciones en el caso de que una indicación geográfica de cualquier otro Miembro utilizada con respecto a bienes o servicios para los cuales la indicación pertinente es idéntica al término habitual en lenguaje corriente que es el nombre común de tales bienes o servicios en el territorio de ese Miembro(...)”

⁷ Art. 24, Inc. 5. “Cuando una marca de fábrica o de comercio haya sido solicitada o registrada de buena fe, o cuando los derechos de una marca de fábrica o de comercio se hayan adquirido mediante su uso de buena fe: ...b) antes de que la indicación geográfica estuviera protegida en su país de origen

⁸ Art. 15, Ley 1294/98: “El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesiones sus derechos (...)”.

convencido de que está comprando otro, y la segunda es la denominada “indirecta”, que ocurre cuando el comprador cree que el producto tiene un origen determinado y en realidad el fabricante es otro.

Por su parte el Inc. D prohíbe “los nombres cuyo uso pudiera inducir a error respecto a las cualidades o características del producto de que se trate”. Al igual que el inciso anterior, esta prohibición también tiene que ver con la protección de los consumidores. El error se refiere a la falsa aptitud del producto producida como consecuencia del nombre de la denominación de origen o indicación geográfica, de manera que no sería posible registrarla cuando el nombre sugiera cierta característica que no se relacione con la verdadera naturaleza del producto. Por ejemplo pretender registrar como denominación de origen el nombre “Ñanduti” o bien su traducción al castellano “Tela de araña” para identificar quesos o demás productos comestibles.

El Inc. E establece la prohibición de “la utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación de producto, indique o sugiera que el producto proviene de un región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, que pueda inducir al público a error en cuanto al origen geográfico”. Muy parecido al inciso anterior, con la diferencia que en este caso el engaño radica en presentar al producto como proveniente de determinada zona geográfica, cuando de hecho procede de otra. Por ejemplo pretender registrar como denominación de origen *Café de Colombia* cuando el producto a ser identificado proviene de una zona que no sea la designada para el producido en las regiones cafeteras de Colombia, “delimitadas entre la latitud Norte 1° a 11°15, Longitud Oeste 72° a 78° y rangos específicos de altitud que pueden superar los 2.000 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m.)⁽⁹⁾”

Por último, el inc. f. menciona la prohibición de registro “cuando entre en conflicto con el nombre de una variedad vegetal o de una raza animal y por dicho motivo, pueda inducir a error al consumidor en lo que se refiere al verdadero origen del producto”. Al igual que los tres incisos anteriores, se busca proteger al público consumidor. Sin embargo, este inciso no aclara si el nombre de la variedad vegetal o de la raza animal que pudiera entrar en conflicto con el nombre de la denominación de origen, deben de estar registrados localmente, como sería el caso del Registro Nacional de Cultivares Comerciales Protegidos dependiente del SENA para las variedades vegetales.

6. Prohibiciones

A diferencia de las causales de irregistrabilidad tratadas en el punto anterior, las prohibiciones tienen que ver con el uso que hagan terceros en envases, etiquetas y embalajes de productos propios, en los que no se tiene derecho a una determinada indicación geográfica o denominación de origen y por lo tanto no pueden vender productos suyos ni proveer servicios que la mencionen. Tampoco pueden hacer publicidad para ofrecerlos, abarcando modos indirectos del empleo de la indicación, como sería el caso de su mención en documentos como presupuestos o facturas aunque el producto en sí no tenga ninguna referencia de ella.

El Art. 27 establece “queda prohibido el uso de una denominación de origen o indicación geográfica: a) para productos que no provengan de las áreas geográficas determinadas en su correspondiente registro, y que sean del mismo género; b) como designación comercial de productos similares a los registrados como indicación geográfica o denominación de origen; c) cuando implique una indicación falsa o falaz,

⁹ El Café de Colombia, en http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/el_cafe_de_colombia/

ardid o engaño, relativo a la procedencia, el origen, la naturaleza o características esenciales de productos que no sean los originarios o protegidos y d) cuando pueda inducir a error a los consumidores sobre el verdadero origen o cualidades del producto”.

En pocas palabras estos actos implican aprovecharse de la reputación de la denominación protegida, como así mismo la usurpación, imitación o evocación aunque se indique el origen verdadero del producto cuando la denominación protegida esté traducida o vaya acompañada de una expresión como “género”, “tipo”, “método”, “estilo”, “imitación” o similares. Por ejemplo que en el embalaje de un producto lácteo diga: “Queso Pirulo tipo Roquefort” o se promocióne el vino espumante “Las Tacuaras estilo Champagne”, entre otros. En pocas palabras, se prohíbe cualquier práctica que pueda inducir a error al consumidor sobre el auténtico origen del producto.

7. Extinción

La Ley contempla tanto la extinción del registro como de la autorización de uso a los asociados. En el primer caso, procederá la extinción de la inscripción (Art. 30) de una denominación de origen o indicación geográfica por renuncia expresada por el comité regulador usuario, por vencimiento del término de vigencia de diez años sin que se renueve el registro, por falta de uso por período de un año o falta de pago de los aranceles anuales y la cancelación del registro cuando hayan cambiado las condiciones naturales o administrativas que fundamentaron su otorgamiento.

En segundo lugar, serán causas de extinción de la autorización de uso conferida a sus usuarios (Art. 31) por el comité regulador la renuncia presentada por el asociado, la cancelación de la autorización por causa de sanciones, por la modificación de las circunstancias de hecho que justificaron su otorgamiento y la cancelación del registro al comité regulador del que forma parte el usuario.

8. Infracciones

La autoridad de aplicación procederá a sancionar las faltas, infracciones y contravenciones descritas en la presente ley, que sea cometidas tanto por los usuarios del sistema (Art. 38) como por terceros ajenos al mismo (Art. 39) con multas de hasta tres mil jornales mínimos, decomisos de los productos en infracción y previo dictamen técnico su destrucción, suspensión temporal del uso de indicaciones geográficas o denominaciones de origen de que se traten y cancelación definitiva del uso de las denominaciones o indicaciones.

En los casos de reincidencia (Art. 41) o cuando los productos fueran destinados a la exportación, las multas podrán aumentarse hasta el doble, pudiendo llegar a la suma de seis mil jornales mínimos. Además se prevé la incautación preventiva de los productos en infracción por la autoridad de aplicación. En todos los casos se deberá instruir un sumario (Art. 42) y las resoluciones de la autoridad de aplicación que impusieran sanciones serán recurribles al Tribunal de Cuentas (Art. 43)

Para el caso de las acciones judiciales, se establece en el Art. 46 que “los titulares de las indicaciones geográficas o denominaciones de origen podrán entablar ante la autoridad judicial contra cualquier persona las mismas acciones que prevén los artículos 84 a 88 y concordantes de la Ley N° 1294/98 de Marcas para los titulares de derechos de uso exclusivo de una marca registrada o de un nombre comercial”.

En cuanto a las sanciones penales, la correspondiente normativa en su Art. 47 contempla penas de hasta cinco años de penitenciaría y multa de mil a tres mil jornales mínimos para dos tipos de delitos: por un lado el que “falsifique, adultere o

imite fraudulentamente una indicación geográfica o denominación de origen de los mismos productos o similares”; y por otro lado “el que sabiendas tenga en depósito, ponga en venta, venda o se preste a vender o a hacer circular productos con una indicación geográfica o denominación de origen falsificada, fraudulentamente imitada o ilícitamente aplicada”.

En el primer caso hablamos de delitos de usurpación, consistente en la apropiación de una denominación de origen o indicación geográfica ajena, por medio de su falsificación⁽¹⁰⁾, su imitación fraudulenta⁽¹¹⁾ o adulteración⁽¹²⁾ de los productos con la denominación reproducida o fraudulentamente imitada. El Art. 47 sin embargo no indica con claridad si la tipificación de los delitos contemplados se refieren a las denominaciones de origen o indicaciones geográficas debidamente registradas, pudiendo a *contrario sensu* ser aplicables las figuras penales a meras solicitudes de registro. Sin embargo, consideramos que sólo la denominación de origen o indicación de procedencia registrada queda incluida en la tipificación de la figura, no así una mera solicitud de registro, ya que sólo el registro otorga un derecho de uso y no la mera expectativa de un derecho que pudiera eventualmente no otorgarse.

En el segundo caso nos encontramos ante la venta de productos con denominación de origen o indicación de procedencia usurpada, consistente en tener en depósito o poner a la venta aquellos productos que lleven la denominación falsificada, adulterada o fraudulentamente imitada. Quien perpetra el delito en esta etapa ya no es el fabricante, sino un comerciante que se encarga de la venta de los productos espurios. Se comete el delito por medio de la ejecución de cualquier de los aspectos de la comercialización. El hecho que el comerciante venda productos usurpados no implica automáticamente mala fe. La expresión “a sabiendas” implica el conocimiento de que se comercializan productos espurios y tiene que ver con el fuero íntimo de las personas.

Se establece además que se castiga la tentativa y que en casos especialmente graves la pena privativa de libertad será de dos a ocho años, teniendo en cuenta si el autor ha: “empleado métodos y medios de producción industrial o comercialización masiva; producido objetos con un valor económico considerable; ocasionado un perjuicio patrimonial considerable o utilizado para la realización del hecho a un menor de dieciocho años”. Finalmente consideramos que son delitos de acción penal pública por no establecerse expresamente la acción penal privada y además porque en caso de condena a una pena, se aplicará a petición de la víctima o del Ministerio Público la publicación de la sentencia.

9. Conclusión

La aprobación de la presente ley significó un paso importante para nuestro país no sólo en el cumplimiento de los tratados internacionales, sino que también en el reconocimiento del valor del resultado de la intervención del hombre sobre la propiedad de la tierra, siendo “el trinomio naturaleza-hombre-producto el que da

¹⁰ La falsificación es la reproducción completa de un signo por un tercero para su aplicación a los mismos productos o similares. En pocas palabras, el signo reproducido debe pasar como legítimo para los consumidores, con cierto grado de perfección.

¹¹ En la imitación fraudulenta no hay tal nivel de acercamiento al original como se da en la falsificación, sino que se busca confundir por medio de la similitud y no de la identidad con el signo afectado.

¹² La adulteración se encuentra a medio camino entre la falsificación y la imitación, consistente en la modificación o alteración de determinados elementos, no siendo una réplica de la auténtica, ni tampoco una copia más o menos aproximada de ésta.

razón de ser a la protección de la indicación geográfica⁽¹³⁾”.

Nuestra actual ley de indicaciones geográficas y denominaciones de origen es una normativa bastante moderna y completa, viniendo a suplantar a la anterior y deficiente regulación contenida en un sólo capítulo de la ley de marcas, y al mismo tiempo a diferenciarse de aquella.

En comparación a las legislaciones de otros países de la región, la nuestra se caracteriza por contemplar la protección de las denominaciones tradicionales, geográficas o no, que designen un producto agrícola o alimenticio que cumplan con determinadas condiciones. Con esto, se pretende dar protección jurídica al producto *Ka'a He'e*, que de otra manera no calificaría. Habría que esperar si a nivel internacional tendrá algún tipo de reconocimiento.

Al momento de culminar este artículo se encuentran en proceso de trámites dos solicitudes ante la Oficina Nacional encargada de las indicaciones geográficas y denominaciones de origen para su reconocimiento en nuestro país: el *Ka'a He'e* solicitada por la Cámara Paraguaya de la Stevia (CAPASTE) y *Champagne* por el Comité Interprofessionel du Vin de Champagne. Esperamos que con el correr del tiempo sean más las solicitudes a ser presentadas de productores extranjeros, y que además puedan conformarse y consolidarse los diferentes comités regulares nacionales.

¹³ COMITÉ DE INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE ASIPI, Siglo XXI: El despertar de las indicaciones geográficas en América, Editorial Legis S.A., Colombia, Bogotá, 2012, Prefacio XXXIV.