

Crear las condiciones para el desarrollo de IG: la función de las políticas públicas

Promover la calidad vinculada al origen por medio de indicaciones geográficas (IG) puede contribuir al desarrollo rural. A este respecto, es importante la participación de las autoridades gubernamentales en los ámbitos nacional, regional y local, así como de otros funcionarios con obligaciones públicas o que representen los intereses públicos para garantizar la sostenibilidad del marco del sistema IG, especialmente al seleccionar las iniciativas a nivel local.

El sector público puede desempeñar una función importante en todos los niveles de gobierno, y también en la cooperación intergubernamental, al crear las condiciones que garanticen que las IG están protegidas, reguladas y reciben apoyo de manera adecuada. El desarrollo sostenible de los productos IG requieren lo siguiente:

- Un marco jurídico (legislativo y reglamentario) e institucional sólido, que permita el reconocimiento y la protección de los derechos de propiedad colectiva sobre las IG en un territorio determinado, para la comunidad de propietarios legítimos que cumplen con las normas locales adecuadas (pliego de condiciones) (capítulo 5.1).
- Una política integrada en materia de desarrollo rural que apoye a los actores locales en las diversas fases del círculo de la calidad. A fin de establecer y regular un marco sostenible para las IG, las autoridades públicas pueden favorecer diversos factores, entre ellos, la necesidad de promover relaciones comerciales equitativas y fomentar la redistribución del valor a lo largo de la cadena alimentaria y en todo el territorio, así como el deber de proteger y apoyar los bienes públicos, por ejemplo, el medio ambiente y los valores culturales. (capítulo 5.2).

5.1 La protección jurídica de las indicaciones geográficas

Introducción

Según el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC), los Estados Miembros de la OMC tienen la obligación de reconocer y proteger las IG como derechos de propiedad intelectual. Ello puede llevarse a cabo de muchas maneras, y muchos países han desarrollado sus propios marcos jurídicos para hacer respetar tales derechos. En esta sección se ofrece un panorama general de la variedad de instrumentos jurídicos disponibles para proteger las IG que pueden adaptarse a las necesidades y las prioridades de los países y de sus mercados de productos.

Instrumentos jurídicos

Desde su entrada en vigor en 1995, el Acuerdo ADPIC obliga a los Miembros de la OMC que establezcan un marco jurídico nacional para la protección y la utilización de los nombres de IG relativas a productos específicos (véase el recuadro 1).

La mayor parte de los gobiernos ha adoptado instrumentos jurídicos para proteger las IG, si bien hay diferencias significativas entre ellos. Los instrumentos para proteger las IG abarcan desde las leyes nacionales sobre prácticas comerciales relativas a la represión de la competencia desleal o la protección de los consumidores hasta los reglamentos específicos para el registro de las IG.

En el ámbito nacional se pueden distinguir dos enfoques principales, que son:

- Un enfoque público, en el caso de que las autoridades públicas promulguen leyes específicas para la protección de las IG (sistema *sui generis*). Dicho enfoque consiste, en términos generales, en un reconocimiento oficial de la IG, otorgando un sello público de calidad, que suele ser un logotipo común oficial.
- Un enfoque privado. Se trata de utilizar las leyes aplicables a la competencia desleal, a la promulgación y a las marcas comerciales, en los casos en que la protección se basa principalmente en acciones entre individuos privados.

Otros tipos de derechos de propiedad intelectual pueden completar la protección de las IG. Por ejemplo, las IG pueden ir acompañadas de logotipos o formas distintivas que se suelen registrar como marcas comerciales gráficas. Pueden implicar también el uso de patentes por lo que respecta al procesamiento y al envasado, así como de maquetas industriales, etc.

El registro es el instrumento jurídico más común para definir el círculo de usuarios legítimos y garantizar la protección de las IG, lo que está previsto por los sistemas *sui generis* y las leyes sobre marcas comerciales.

Sistemas *sui géneris* y leyes de marcas comerciales

Sui géneris (expresión latina que significa “de su género”) es un término utilizado para identificar una clasificación jurídica que existe independientemente de otras clasificaciones debido a su singularidad o como resultado de la creación específica de un derecho u obligación. En ese marco, la IG puede considerarse un derecho colectivo *sui géneris*, ya que su uso está reservado normalmente a los productores que respetan el pliego de condiciones, el cual ha sido definido por una comunidad de productores y aprobado por la autoridad competente.

RECUADRO 1: ACUERDO ADPIC Y ARREGLO DE LISBOA

ADPIC e IG

En 1995 se asignó a la OMC, en su calidad de organismo intergubernamental, el mandato de regular el comercio internacional. La OMC constituye un foro mundial de negociaciones sobre el comercio de bienes y servicios del que surgió el Acuerdo sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC). El apartado 1 del artículo 22 estipula que “a los efectos de lo dispuesto en el presente Acuerdo, indicaciones geográficas son las que identifiquen 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 el marco del Acuerdo ADPIC se ofrecen tres niveles diferentes de protección para las IG, que son:

1. El artículo 22 dispone una norma mínima de protección para todos los productos en relación con la competencia desleal o los casos que puedan inducir a error al consumidor.
2. En los apartados 1 y 2 del artículo 23 se estipula un nivel mayor de protección únicamente en relación con los vinos y bebidas espirituosas. Está estrictamente prohibido el uso de IG con vinos y bebidas espirituosas que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica en cuestión, incluso cuando se utilice la indicación geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como “clase”, “tipo” o “imitación”.
3. Los apartados 3 y 4 del artículo 23 ofrecen un nivel superior de protección en el caso de indicaciones geográficas homónimas (con el mismo nombre) para los vinos. Exige a cada Miembro que establezca las condiciones prácticas en que se diferenciarán entre sí las indicaciones homónimas de que se trate a fin de que los consumidores no sean inducidos a error.

El establecimiento de un sistema multilateral de notificación y de registro de las IG de vinos en virtud del apartado 4 del artículo 23 plantea las siguientes cuestiones fundamentales en el ámbito internacional:

- a) efectos jurídicos del registro de la IG, y el ámbito de aplicación del registro;
- b) el establecimiento de un procedimiento de solución de controversias para abordar las notificaciones que según uno o varios Miembros no reúnen las condiciones;
- c) los costos y las cargas administrativas de cada registro, en concreto, para los países en desarrollo.

La extensión del nivel de protección relativo a los vinos y las bebidas espirituosas a otros productos en virtud del apartado 1 del artículo 24 del Acuerdo ADPIC es también un tema de debate internacional actual.

Arreglo de Lisboa y DO

El Arreglo de Lisboa de 1958 define la denominación de origen *como la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos*. Prevé un sistema de protección y de registro de las denominaciones de origen que facilita su protección internacional gestionado por la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI). Actualmente utilizan el sistema 26 países contratantes del Arreglo y ofrece la posibilidad de obtener la protección de la denominación de origen en estos países mediante un único procedimiento de registro.

En ese caso, la IG está vinculada a un territorio y no puede ser transferible. Cabe notar que los métodos *sui generis* de protección de la propiedad intelectual pueden ofrecer protección jurídica respecto a signos y características asociados al producto, tales como un logotipo o forma específica, incluyéndolos en las especificaciones relacionadas con el producto.

Las IG se pueden proteger también con arreglo a la ley de marcas, en forma de marca comercial, marca de certificación o marca colectiva, en función de las categorías en vigor en el país. Una marca comercial es el signo distintivo que utilizan las empresas para que los consumidores puedan identificarlas, así como a sus productos o servicios. Es una modalidad de propiedad intelectual que se compone de un nombre, palabra, frase, logotipo, símbolo, dibujo, imagen o una combinación de dichos elementos. Las marcas comerciales no hacen referencia a términos genéricos ni se refieren exclusivamente a términos geográficos. No protegen con respecto al uso de términos como “mezcla” y “tipo” en conjunción con el origen geográfico. Para indicar la calidad específica de bienes se pueden emplear Dos tipos de marcas comerciales pueden referirse a un nombre geográfico: la marca de certificación y la marca colectiva (véase el glosario y el cuadro 1 del presente capítulo).

Estudio de caso

Estudio de caso 1: ¿Nombre genérico o no? Un producto IG con una marca colectiva QUESO COTIJA (México)

La reputación del auténtico Queso Cotija (véase el estudio de caso 10 en el capítulo 1.4) se ha visto amenazada por productores que emplean la designación “tipo Cotija” para quesos que han sido producidos fuera de la zona de producción original. Por consiguiente, el nombre Cotija se emplea a menudo de manera genérica. Los quesos “tipo Cotija” se suelen producir siguiendo métodos industriales (métodos intensivos de producción, sin maduración ni relleno, etc.). Por ello suelen ser más baratos, si bien el sabor sigue siendo diferente al del auténtico queso Cotija. Con objeto de proteger el estilo de vida distintivo de los rancheros de la sierra de Jalmich y garantizar ingresos sostenibles por sus productos sin que se tengan que reubicar en la región, los productores del queso Cotija participan desde 1999 en un proceso de calificación. Trataron de obtener la protección jurídica para la reputación del auténtico queso Cotija a través del uso de la denominación de origen. La Oficina de Propiedad Intelectual de México consideró que el nombre era genérico y registró en 1994 el nombre “Cotija región de origen” en consonancia con la marca colectiva. La decisión ha abierto un debate sobre la necesidad de evaluar el carácter genérico a partir de estudios de mercado y la necesidad de diferenciar un nombre genérico de una denominación de origen (teniendo en cuenta el vínculo específico con el territorio y su potencial para el desarrollo rural). Si bien calidades proceso local iniciado en el territorio ha dado lugar a efectos positivos, entre ellos el aumento de las ventas directas, mayor reconocimiento en los mercados de la calidad específica y un aumento del precio (entre 1997 y 2007 el precio se ha duplicado en comparación con el de los quesos “tipo Cotija”), los actores locales siguen preocupados por la falta de una protección especial de la DO, por el riesgo de una posible deslocalización de la producción en relación con el territorio de origen, la posible transferencia de los derechos de propiedad intelectual fuera de la comunidad local, así como el uso indebido del nombre por productores situados fuera del territorio que no cumplen con el pliego de condiciones.

Source: Poméon T., 2007



La marca colectiva del queso “Cotija región de origen”



RECUADRO 2: EL SISTEMA *SUI GÉNÉRIS* PARA LA DESIGNACIÓN DE ORIGEN PROTEGIDA (DOP) Y LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA PROTEGIDA (IGP) EN LA UE

En 1992, la Unión Europea aprobó dos instrumentos de reglamentación para la protección de las indicaciones geográficas, a saber, la denominación de origen protegida (DOP) y la indicación geográfica protegida (IGP). Dichos derechos de propiedad intelectual se aplican a todos los productos agrícolas y alimenticios, excepto vinos y bebidas espirituosas, y han reemplazado a los derechos de propiedad intelectual nacionales relativos a dichas indicaciones que ya existían en muchos países europeos. La definición de DOP supone que todas las fases del proceso de producción deben localizarse en la zona de producción y la calidad del producto debe estar estrechamente vinculada al entorno geográfico particular y a sus inherentes elementos naturales y humanos. La IGP abarca todos los productos agrícolas y alimenticios estrechamente vinculados con la zona geográfica, donde al menos una de las fases de producción, procesamiento o elaboración ha de tener lugar en dicha zona determinada. El Reglamento europeo sobre DOP/IGP ofrece una protección que impide la utilización de nombres registrados para productos que no tengan su origen en un territorio específico y que no hayan sido producidos de conformidad con lo establecido en el pliego de condiciones. Gracias a las enmiendas introducidas en virtud del Reglamento 510/2006 de la UE, esta protección en los países de la Unión Europea se extiende también a nombres de productos producidos en países que no formen parte de la UE siempre que esos nombres estén también protegidos en sus países de origen. La Comisión Europea puede, por tanto, recibir solicitudes no sólo de autoridades nacionales no comunitarias, sino también directamente de productores no comunitarios. Para poder beneficiarse de la protección de las DOP/IGP, los productores tienen que solicitar el registro de un nombre. La solicitud de examen y publicación de una IG por la Comisión de la UE es de carácter gratuito. Todas las solicitudes deben ir acompañadas de un pliego de condiciones, en el cual debe figurar, al menos, la siguiente información:

1. El nombre del producto agrícola o alimenticio, con la denominación de origen o la indicación geográfica;
2. La descripción del producto, incluidas, en su caso, las materias primas y las principales características físicas, químicas, microbiológicas u organolépticas (en relación con el gusto, el color, el olor y el tacto);
3. La región geográfica de producción (y otros elementos que demuestren el origen de las materias primas utilizadas en la producción);
4. La descripción del método de producción, también del saber hacer local y, cuando proceda, del envasado del producto;
5. Los elementos que justifiquen la relación entre la calidad o las características del producto y el medio geográfico en el caso de las DOP o, si fuera el caso, el vínculo entre la calidad específica, la reputación u otras características del producto y del origen geográfico por lo que respecta a las IGP;
6. El nombre y la dirección de las autoridades u organismos encargados de verificar el cumplimiento de lo indicado en el pliego de condiciones y sus tareas específicas;
7. Cualquier norma específica de etiquetado para el producto agrícola o alimenticio en cuestión; y
8. Los elementos que prueben que la calidad, la reputación u otras características asociadas al producto están vinculadas a la región de producción.

En caso de que la solicitud haya sido aprobada y el nombre registrado, todo productor del territorio que cumpla con los requisitos del pliego de condiciones y haya sido controlado por las autoridades nacionales o el organismo de control competentes puede emplear el nombre registrado.



IGP



DOP

Cuadro 1: Diferencias principales entre IG sui géneris, marca de certificación y marca comercial colectiva

	IG sui géneris	Marca de certificación	Marca comercial colectiva
Titular del derecho	Derecho privado a menudo con gran participación de las autoridades públicas (definición, aplicación, cumplimiento). No suele haber una definición del titular del derecho, ya que la definición pública de los usuarios legítimos lo hace innecesario. El Estado otorga el reconocimiento y la administración corresponde generalmente a la organización IG.	Derecho privado. La propiedad intelectual y la administración pertenecen a una empresa o asociación, la cual no puede utilizar directamente la certificación.	Derecho privado. La propiedad intelectual y la administración pertenecen a una asociación de fabricantes o productores.
Definición	La definición general se aplica a todas las IG a nivel nacional (por ejemplo, definición de DOP e IGP en el marco del Reglamento 510/2006 de la UE).	Normas y requisitos definidos por el propietario de la certificación.	Normas definidas por el propietario, bien por medio de requisitos específicos o por restricciones a la gama de usuarios autorizados (por ejemplo, miembro de una asociación).
Objetivo	Proteger la designación de origen auténtica de un producto determinado y el vínculo entre el origen de un producto, su calidad y reputación	Certificar la calidad, las características, el origen geográfico y/o el método de producción, etc.	Indicar la condición de miembro de una asociación o un grupo que comparte la calidad, características, lugar de origen y/o materias, etc. de un producto.
Duración de la protección	En principio, la protección abarca desde la fecha de registro hasta que las condiciones del registro dejen de existir. En general no es necesario renovar el registro. Generalmente los solicitantes no suelen pagar cargas administrativas por el registro.	Debe renovarse al cabo de un período de tiempo determinado. Se debe pagar su solicitud y cada renovación del registro.	
Base de la protección	Se basa en las medidas de las autoridades nacionales (en caso de que estén estipuladas por ley) y medidas de actores privados.	Se basa principalmente en las medidas de los privados.	
Ámbito de aplicación de la protección	Exclusividad del uso de denominación (prohibición de uso en relación con productos idénticos o similares) y a menudo sobre características asociadas (forma, envasado, etc.).	En general, la protección se asocia con una marca comercial en relación con elementos textuales y gráficos. La exclusividad sobre una denominación geográfica puede garantizarse únicamente como excepción a las normas generales (dominio público, peculiaridad, carácter descriptivo).	
Utilización	Vínculo estrecho entre la IG y un producto específico; en algunos casos, varias clases del mismo producto pueden estar protegidos por la IG, según las definiciones del pliego de condiciones.	Puede abarcar varias clases de productos o limitarse a uno en específico, en función del registro de la marca y la estrategia de comercialización.	
	Abierta a todo productor que satisfaga los requisitos para la utilización de la IG o la certificación.	La condición de miembro de la asociación con derecho a utilizar la marca colectiva puede ser restringida con base en una decisión adoptada por los miembros.	
Cuestiones relativas a la comercialización	La reputación previa de la denominación de origen y/o del registro de la IG como sello de calidad de por sí puede comportar menos medidas relativas a la comercialización y, por consiguiente, menos costos.	Es necesario realizar grandes inversiones en publicidad a fin de establecer la reputación de la marca en el mercado.	

5.1

Selección de los instrumentos jurídicos adecuados por los actores locales

En términos generales, el interés de los actores locales por los instrumentos jurídicos de las IG va más allá de la protección del uso indebido de los nombres geográficos en los mercados nacionales e internacionales, aunque es un aspecto importante que hay que tener en cuenta. Un objetivo solo relacionado con la protección se aplica para casos donde un producto

tiene una grande reputación y un precio alto, por lo que busca únicamente luchar contra las imitaciones. Con frecuencia, los actores locales están también interesados en otros efectos del proceso de calificación y de registro, sobre todo la definición compartida de las características del producto vinculadas al origen geográfico y el reconocimiento oficial del producto de IG. El reconocimiento sirve no sólo para ofrecer a los consumidores un cierto tipo de garantía, sino también para reforzar

la identidad local y el orgullo de la comunidad de actores locales con respecto al producto. Cada uno de los mecanismos jurídicos de protección de las IG tiene sus propias limitaciones, costos y ventajas, que pueden diferir de un contexto nacional a otro. Los productores IG tienen que estudiar y emplear todos los medios a su alcance para obtener protección, tomando en consideración la ubicación de los mercados donde distribuyen sus productos. Debe establecerse en primer lugar un sistema de protección en relación con el mercado nacional y seguidamente con los mercados internacionales (véase el estudio de caso 2).

Una IG protegida con arreglo a un sistema *sui géneris* en el país de producción puede estar registrada como certificación o marca colectiva en países de exportación en los que el sistema *sui géneris* no existe. Por ejemplo, los productores de IG del vino Champagne y el queso Roquefort en Francia tuvieron que registrar su IG como marca comercial colectiva en los Estados Unidos de América a fin de beneficiarse de la protección jurídica de su IG en el mercado norteamericano.

Protección anticipada para evitar la generalización y la expropiación de la indicación geográfica

La pérdida de su derecho legítimo puede ocasionar a los productores dos problemas principales, uno que el nombre se convierta

en genérico o sinónimo (uso común fuera de la zona, generalización) y otro que la IG sea registrada por un actor fuera del territorio (expropiación). La evaluación del carácter genérico de un nombre geográfico puede variar entre consumidores, productores y países, y a menudo ha causado disputas que han sido difíciles de resolver. En algunos casos, los productores de la zona original han adoptado medidas para obtener una "reubicación" de la IG, es decir, la prohibición de uso por productores

situados fuera del territorio. Ello es más probable que se produzca en los casos en que el uso del nombre geográfico no está muy difundido fuera del territorio, o si el origen geográfico es muy conocido por los consumidores y hay muchos intereses económicos y políticos en juego que favorecen la protección de la IG (véase el estudio de caso 5 y el recuadro 3).

La generalización tiene lugar cuando una IG no protegida se utiliza como término general, para designar incluso productos que no proceden de la zona original, como resultado de la difusión de la reputación y de las características específicas del "modelo" original. Se dice que dichos nombres geográficos se han convertido en genéricos o términos sinónimos. La expropiación se produce cuando la IG se registra fuera del territorio antes de que hayan sido reconocidos los actores locales legítimos como tales y hayan protegido sus derechos en relación con la IG.

RECUADRO 3: CUANDO UNA IG PASA A SER DE USO GENÉRICO, EL EJEMPLO DEL CAMEMBERT

“Camembert” es el nombre que se ha utilizado durante más de un siglo para definir un tipo de queso que se produce en varios países. Cuando se solicitó el registro de la IG por los productores situados en la región del Camembert (en Normandía) en relación con su queso original, producido según las reglas locales específicas, no fue posible reservar el derecho de uso del término a los productores locales. Sólo se concedió la protección de la propiedad intelectual como DOP al nombre “Camembert de Normandie”.

Los conflictos, normalmente complejos, pueden surgir entre el propietario de una marca comercial registrada previamente y los productores locales que desean proteger su IG. Ello suele generar elevados costos de procedimientos administrativos y judiciales. (véase el cuadro 4).

RECUADRO 4: CUANDO UNA IG SE REGISTRA FUERA DEL TERRITORIO. EL EJEMPLO DEL ROOIBOS

El caso del rooibos en Sudáfrica es bien ilustrativo del problema del registro previo de una marca comercial por productores no legítimos externos. Un exportador registró el rooibos como marca comercial en los Estados Unidos de América en 2001, lo cual planteó dificultades a los sudafricanos que exportaban el rooibos a dicho país. El litigio, en el que participaron varios cafés norteamericanos, finalizó, según se dice, con un acuerdo extrajudicial con un costo para el sector del rooibos de un millón de dólares de los Estados Unidos de América.

Para impedir la expropiación o el uso genérico, puede ser importante constituir desde el inicio la base en la cual podrían pedir una protección eventualmente en un momento posterior y estudiar cuanto antes estrategias para reforzar sus derechos. En concreto, deben tratar de buscar el modo de aumentar la concienciación pública del producto con IG, con el apoyo de las autoridades públicas, de ser posible (véase el Recuadro 5 relativo a un inventario público).

De hecho, hacer conocer a la gente el nombre de la IG en relación con el patrimonio de la comunidad local de productores, con un producto específico y una zona geográfica definida, puede ayudar a defender los productores del territorio de frente a otros de mala fe que se apropian de esa reputación que no les pertenece. La reputación de una IG se puede promover, por ejemplo, a través de internet (por ejemplo, dedicar una página web o una definición en Wikipedia y referencias a sitios web), o mediante la participación de asociaciones internacionales como OriGIN, etc.

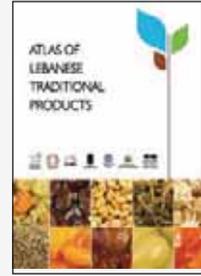
RECUADRO 5: EJEMPLOS DE INVENTARIO DE PRODUCTOS

El Atlas de los productos tradicionales libaneses es una recopilación de productos tradicionales del patrimonio alimentario libanés vinculados estrechamente con el territorio, la historia y la producción local. Se desarrolló al interno de un proyecto de cooperación, a saber, “Puesta en marcha de mecanismos para sostener los territorios rurales y a las comunidades del Líbano”, promovido por el Ministerio de Asuntos Exteriores por conducto del Directorado-General Italiano para la Cooperación y el Desarrollo, en el marco de la “Asistencia para una pronta recuperación” con la contribución de la región bulia y ejecutado por el Centro Internacional de Altos Estudios Agronómicos Mediterráneos

ver página siguiente

5.1

(CIHEAM)–el Instituto Agronómico Mediterráneo de Bari (IAMB). Los productos que figuran en el ATLAS se han definido por medio de visitas sobre el terreno por el equipo del proyecto, con la colaboración y el apoyo de expertos del Ministerio de Asuntos Exteriores y los grupos de acción local establecidos de conformidad con el proyecto. La información se recopiló por medio de reuniones con las comunidades locales, principalmente productoras individuales u organizadas en cooperativas. Los objetivos del ATLAS son promover la riqueza y la singularidad del territorio y las comunidades del Líbano, y proteger, estimular y fomentar la producción y el consumo de productos agrícolas y alimenticios tradicionales en la era de la globalización. www.tercom.org/?q=content/atlas-lebanese-traditional-products



En el marco de la cooperación entre la FAO y el CIHEAM se ha creado Cybermontagne/Cyberterroirs. Dicha plataforma es un sistema de información basado en internet relativo a productos de montaña procedentes de cuatro países mediterráneos (Argelia, Marruecos, Líbano y Siria) y un instrumento para determinar y facilitar la ejecución de proyectos para promover dichos productos. www.cyberterroirs.org



El patrimonio culinario de Suiza: sitio web en el que figuran los productos tradicionales de cada una de sus regiones. www.patrimoineculinaire.ch



El Registro de los Conocimientos Tradicionales sobre productos agrícolas y alimentos de Austria describe los diferentes productos agrícolas y alimenticios austriacos vinculados a un saber tradicional local. www.traditionelle-lebensmittel.at



RECUADRO 6: ORGANIZACIÓN PARA UNA RED INTERNACIONAL DE INDICACIONES GEOGRÁFICAS

En 2003, como respuesta al aumento de los riesgos de uso y apropiación indebidos al que se enfrentan las IG, productores de todo el mundo aunaron sus fuerzas para abogar por el establecimiento de un sistema de protección internacional efectivo para las IG y con objeto de promoverlas como instrumento dirigido al desarrollo sostenible de los productores y las comunidades locales. A tal fin, la Organización para una Red Internacional de Indicaciones Geográficas (OriGIN) se puso en marcha en Ginebra como ONG. Actualmente, OriGIN representa a unas 80 organizaciones de productores de más de 30 países de países en desarrollo y desarrollados. OriGIN es un actor fundamental de la escena internacional, así como un medio de comunicación excelente para los productores de IG de todo el mundo. Sus objetivos son promover las IG como instrumento para propiciar el desarrollo sostenible y para proteger las IG en los ámbitos nacional, regional e internacional, por medio de campañas dirigidas a los encargados de adoptar decisiones, a los medios de comunicación y a la población. www.origin-gi.com



Estudio de caso 2: Diferentes instrumentos jurídicos utilizados para la protección

TÉ DARJEELING (la India)

El té Darjeeling es reconocido a nivel mundial. Se cultiva, procesa y elabora en las colinas del distrito de Darjeeling en el estado de Bengala Occidental en la India. Cada año se producen unas 100 000 toneladas, de las cuales un 70 por ciento se destina a la exportación. Cabe considerar que una cantidad mayor del té etiquetado como “Darjeeling” se enviaba a los mercados extranjeros, como resultado de su mezcla con otros té y el uso indebido de la IG. La situación llevó a la Junta del Té de la India a proteger el nombre y el logotipo del té de Darjeeling por diferentes medios legales. Por lo que respecta al mercado nacional, el té Darjeeling está protegido con arreglo a la Ley de Indicación Geográfica, registrado en 2004 como el primer producto certificado con una IG en la India, y con la marca de certificación de conformidad con la Ley de Marcas Comerciales. La labor artística del dibujo está protegida al amparo de la Ley de Propiedad. En los mercados extranjeros, el logotipo y la palabra “Darjeeling” están registrados como marca de certificación en el Reino Unido, los Estados Unidos de América y Australia. La palabra “Darjeeling” ha sido registrada como marca colectiva comunitaria en la Unión Europea.



Fuente: Datta T.K., 2009

TEQUILA (México)

Instrumentos jurídicos utilizados por la Organización del Tequila (disposiciones no exhaustivas).

Disposiciones	Objetivo
1949: Definido por la Ley como calidad industrial para bebidas espirituosas que se extrae del agave azul, y que puede ser añejo (2 años) o sin añejar.	Impedir la competencia desleal y evitar que se induzca a error a los consumidores.
1968: Extensión de la zona geográfica, es obligatorio mencionar “tequila” en las botellas e indicar la adición de aromatizantes y colorantes.	Ampliar la zona de suministro a fin de satisfacer la demanda en aumento de los consumidores y cumplir con los requisitos de información para los consumidores.
1974: Reconocimiento de “tequila” como la primera “Denominación de Origen” (DO) mexicana, de conformidad con la Ley promulgada en 1972.	Proteger la IG Tequila del uso indebido en otros países basándose en el registro nacional.
1977: Tequila se registra con arreglo al Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional.	Garantizar la protección respecto al uso de la IG Tequila en otros países.
1993: Reconocimiento de la DO Tequila por los Estados Unidos de América y el Canadá en el marco del Tratado de Libre Comercio Norteamericano	Gestionar la cadena de producción y garantizar que se satisfacen los requisitos relativos a la calidad.
1994: Reconocimiento de la DO Tequila por los Estados Unidos de América y el Canadá en el marco del Tratado de Libre Comercio Norteamericano	Proteger la DO Tequila en los principales mercados de exportación.
1997: Reconocimiento de la DO Tequila por la Unión Europea mediante un Acuerdo bilateral.	Proteger la DO Tequila en los países de la UE, en particular los que no son parte del Arreglo de Lisboa.
2004: Obligación de embotellar el Tequila DO en el territorio de DO	Mantener el valor agregado en el territorio e impedir las usurpaciones del nombre cuando está embotellada fuera del país.

Fuente: Bowen S., 2008



5.1

Instrumentos para un marco jurídico eficaz

El nivel de protección ofrecido a los productos IG es un aspecto muy importante, pero no exclusivo, del marco jurídico que los gobiernos nacionales pueden promover. El reconocimiento de la IG como derecho de propiedad intelectual requiere además el establecimiento de “reglas del juego”. Dichas reglas deben garantizar la participación de todos los actores que tienen que ver con el desarrollo y la gestión de un sistema IG, a fin de evitar la exclusión de productores tradicionales locales interesados, y asegurar que se tienen en cuenta cuestiones sociales y económicas.

La existencia de un marco jurídico adecuado para la protección de los derechos de propiedad intelectual relacionados con las IG, ya sea en el país como a nivel internacional, es una condición importante para la sostenibilidad económica de un sistema IG. Ello requiere la integración de muchos aspectos de políticas de desarrollo en los ámbitos local, nacional, regional e internacional, a fin de garantizar que el sistema sea transparente, vinculante y eficiente.

Es necesario prever un procedimiento de registro transparente que defina claramente las condiciones que los solicitantes han de respetar a fin de simplificar el proceso de solicitud. Es probable que los productores en pequeña escala encuentren dificultades para solicitar la protección IG si ello conlleva procedimientos muy técnicos o burocráticos o un registro muy complejo. En estas circunstancias, los grandes productores, que disponen de más recursos para poder dedicarlos al proceso, probablemente obtendrán una ventaja desleal en el mercado de las IG.

Además del registro, el marco jurídico e institucional debe prever también reglas eficaces para la gestión y el control de las IG, que complementen las medidas adoptadas por los actores locales por lo que respecta a es la autoregulación y los controles internos. (Véase el capítulo 3.5).

Para ser eficaz, el marco jurídico debe ir acompañado de la difusión de información sobre sus objetivos, ámbito de aplicación y características, así como de las medidas de fomento de las capacidades, ya sea de las instituciones públicas como de los actores del sistema de producción.

PARA PRACTICAR

Considere los temas planteados en relación con su situación.

Responda a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los instrumentos jurídicos disponibles para proteger la IG en su país?
- ¿Existen otros derechos de propiedad intelectual que se deban tener en cuenta en relación con su producto?
- ¿Cuáles serían los resultados previstos de una protección jurídica de la IG?
- ¿Hay algún grupo de productores representativo del sistema de IG que esté dispuesto a plantear una solicitud de reconocimiento y de protección jurídica de la IG?

Completa la tabla

Analice y haga una lista en el recuadro de las oportunidades que ofrecen los diferentes instrumentos jurídicos de protección con respecto a los objetivos de la acción colectiva (*a continuación se ofrecen algunos ejemplos*).

Objetivos	Requisitos, oportunidades y limitaciones de los instrumentos jurídicos		
	Marca comercial colectiva/certificación	Registro <i>sui géneris</i>	Otros
Luchar contra las imitaciones basándose en la forma distintiva	Muy difícil obtener protección de la forma por medio de una marca comercial	Descripción de la forma distintiva en el pliego de condiciones	¿Patente?
Acceder a mercados remotos en otros países (desarrollados)	Costos elevados de control del uso indebido en terceros países	Beneficio de la protección pública si la IG reconocida (por ejemplo, a través del Arreglo de Lisboa o de acuerdos bilaterales entre los países).	
Poner en práctica una gestión colectiva de la cadena de producción	El poder de una organización colectiva está vinculada al grado de protección acordado	Necesidad de establecer una organización eficaz para gestionar el sistema de IG después de su registro	

5.2 Prestar apoyo al sistema IG por medio de políticas públicas

Introducción

Debido al potencial de los productos IG para contribuir a los aspectos económicos, sociales y ambientales, los actores públicos participan cada vez más para optimizar su utilización en el ámbito del desarrollo sostenible. La intervención de los actores públicos es necesaria para garantizar la regulación eficaz de dichos instrumentos, pero también para prestar apoyo a la gestión de la IG en distintos niveles con el fin de garantizar su éxito. Además, los actores locales que participan en el sistema IG tienen que familiarizarse con los instrumentos de política de que disponen. Por consiguiente, la cooperación entre los actores públicos y privados es de fundamental importancia a fin de desarrollar con eficacia el sistema de IG y garantizar su sostenibilidad.

Enfoques y funciones diferentes de las políticas públicas

Como ya hemos indicado, los actores públicos desempeñan un papel importante al proporcionar el marco jurídico adecuado para el reconocimiento y la protección de las IG, pero la función de los actores públicos va más allá del mero establecimiento de dicho marco. El valor del círculo virtuoso de la calidad vinculada al origen está sujeto a un examen y evaluación constantes. Los efectos del círculo de la calidad no son automáticos, sino que dependen de la eficacia de las estrategias de los actores privados (individuales o colectivos) y públicos para definir las relaciones entre un producto IG, los recursos locales, las comunidades y los mercados. Las políticas públicas pueden contribuir de manera significativa a la creación de las condiciones favorables para aprovechar el potencial de los productos IG. Los actores públicos disponen, en los diversos niveles, de un conjunto diversificado de instrumentos de

RECUADRO 7: POSIBLES FUNCIONES DE LOS ACTORES PÚBLICOS A LO LARGO DEL CÍRCULO DE CALIDAD

Identificación: dar información y sensibilizar a los interesados acerca de la naturaleza de los productos IG y de las posibilidades que brindan para el desarrollo rural; prestar apoyo para la determinación de dicho potencial; proporcionar instrumentos jurídicos y un marco institucional para proteger la reputación de tales productos.

Calificación: colaborar en la realización de los estudios necesarios, el establecimiento de un proceso participativo y de un enfoque sostenible al elaborar las normas y el pliego de condiciones; ofrecer información sobre el procedimiento nacional para el reconocimiento o protección oficial de las IG.

Remuneración: exigir el cumplimiento de la protección jurídica, a nivel nacional e internacional; dar información a los consumidores sobre la naturaleza de las IG, apoyo a la comunicación (véase el recuadro 5 en el capítulo 5.1).

Reproducción: prestar apoyo para la evaluación de los efectos con objeto de asegurar la evolución sostenible de las reglas y el pliego de condiciones de las IG.

5.2

política. Muchos de éstos no son específicos de los productos IG, pero pueden utilizarse y coordinarse en un enfoque general y dinámico, la política de “calidad vinculada al origen”. Una política IG dinámica es aquélla que abarca todo el proceso de valorización y constitución de la IG, con objeto de potenciar al máximo los posibles efectos positivos y reducir al mínimo los negativos. En este proceso, es esencial evaluar los elementos positivos y negativos basándose en criterios económicos, sociales y ambientales. En dicho contexto, los productos IG son sólo una parte de opciones más amplias que se pueden aplicar desde el punto de vista político, y los sistemas de protección de la IG deben considerarse uno sólo de los muchos instrumentos disponibles para promover el desarrollo rural.

Es esencial garantizar que exista una combinación adecuada de iniciativas públicas y privadas para que el sistema IG funcione correctamente, el equilibrio dependerá del contexto. En algunos casos, los actores públicos pueden intervenir directamente en la implementación de la IG participando junto con los productores y otros interesados privados en la elaboración de las reglas o el control de su cumplimiento. En todos casos, la intervención directa de los actores públicos no debe sustituir las funciones privadas propias de los actores económicos. En otras situaciones, la intervención indirecta puede ser más eficaz, por ejemplo, prestando apoyo a las organizaciones de productores para que lleven a cabo algunas de las actividades y funciones de importancia del proceso (identificación, calificación, remuneración y reproducción). (Véase el capítulo 1.4 “Compartir un enfoque común” y el estudio de caso 3 del presente capítulo).

En cualquier caso, aprovechando el apoyo público, es importante que las organizaciones de productores representen realmente las diversas categorías e intereses del sistema IG y actúen de conformidad con reglas transparentes y equilibradas que permitan la participación de todas las partes interesadas en la adopción de decisiones (véase el capítulo 3.1 “Crear una organización para que gestione el sistema de indicación geográfica”).

Diferentes niveles en la definición de políticas públicas relacionadas con las IG

Diferentes actores públicos pueden participar en el desarrollo de la política de calidad vinculada al origen, en función de sus atribuciones o de su nivel de intervención. Las instituciones públicas que intervienen en el sector agrícola y alimentario son actores fundamentales desde un punto de vista funcional, pero también lo pueden ser instituciones que están involucradas en actividades relacionadas con la propiedad intelectual, el turismo, la cultura, la educación, la industria, etc.

Desde un punto de vista geográfico, las instituciones públicas internacionales (organizaciones intergubernamentales de las Naciones Unidas, por ejemplo), nacionales (gobiernos centrales y ministerios), regionales y locales deben colaborar de manera significativa en la definición y la aplicación de políticas IG. La distribución de funciones públicas, así como la integración y armonización de las políticas en dichos niveles son factores importantes que se deben tener en cuenta.

La integración de políticas públicas en el proyecto local relacionado con la IG

No existe una única “política apropiada” para todos los productos IG. Son necesarios instrumentos de apoyo diferentes que se correspondan con los diversos tipos de IG, desde

las IG arraigadas y bien conocidas (en las que el objetivo principal es la protección del nombre) a las “nuevas” (cuyo objetivo principal es unir a los interesados en torno a una identidad común representada por un nombre del producto o un proyecto). Además, es necesario tener en cuenta las especificidades del producto, su sistema de producción y los objetivos individuales de cada actor, especialmente a nivel local. Una política IG dará buenos resultados en función de la coordinación entre los diversos actores y los diferentes instrumentos políticos, prestando especial atención a las condiciones locales.

RECUADRO 8: PRINCIPALES FUNCIONES DE LOS ACTORES PÚBLICOS LOCALES

Los actores públicos a nivel nacional deben garantizar un marco reglamentario adecuado tanto desde el punto de vista jurídico como del económico. Sin embargo, los actores públicos regionales y locales desempeñan un papel muy importante en el diseño y la puesta en práctica de la política de calidad vinculada al origen y el apoyo a la gestión de la IG sobre el terreno. Como consecuencia de su proximidad con la cadena de producción del producto IG, los actores locales tienen las funciones principales siguientes:

- Asegurar una representación equilibrada de los actores del sistema IG y garantizar que los pequeños actores participan en pie de igualdad;
- Regular el proceso de definición de la IG, haciendo de intermediarios en las posibles controversias teniendo en cuenta los objetivos generales, y prestar orientación a las elecciones colectivas, en caso necesario;
- Alentar a los actores para que tengan en cuenta los recursos locales específicos y el medio ambiente, y
- Prestar apoyo al funcionamiento del sistema de IG por medio de medidas de fomento de la capacidad para potenciar el desarrollo del producto IG en los mercados.

Hay múltiples instrumentos posibles para implementar y/o fortalecer el valor del círculo de la calidad de un producto IG. En el Cuadro 2 se ofrecen algunos ejemplos de tales instrumentos y se clasifican de acuerdo con las varias fases del círculo virtuoso de calidad vinculada al origen.

Los instrumentos de política local pueden ofrecer a los actores locales medios específicos para favorecer cada una de las etapas de desarrollo del círculo virtuoso de la calidad, siempre y cuando dichos instrumentos específicos estén diseñados en función de las necesidades identificadas en consulta con las partes interesadas locales.

Estudio de caso

Estudio de caso 3: Apoyo de las autoridades públicas locales LIMÓN DE PICA (Chile)

En 1999, la cooperativa de Pica fue designada por la Fundación para la Innovación Agraria del Ministerio de Agricultura chileno para establecer con su apoyo una estrategia de diferenciación del limón de Pica (véase el estudio de caso 11 en el capítulo 3.3). Se llevaron a cabo tres proyectos, desde 1999 hasta 2007, que permitieron financiar la elaboración de estudios



y de actividades de fomento de la capacidad en materia de organización. El proyecto recibió además fondos del gobierno local para construir la instalación destinada a la recepción de la mercancía y a su embalaje. Por último, el Instituto Nacional para el Desarrollo Agrícola, apoyó medidas adicionales de fomento de la capacidad de los actores y de PROCHILE para la participación de los productores en un viaje de estudios a México para negociar circuitos específicos de exportación de la fruta.

Fuente: Vandecandelaere E., 2007



Cuadro 2: Ejemplos de instrumentos de política y posibles medidas

Fase	Objetivo político	Medidas/Instrumentos posibles
Identificación	Aumentar la concienciación de los productores y otros actores locales acerca de las características y el potencial de los productos IG	<ul style="list-style-type: none"> • Formular proyectos de apoyo técnico y para la caracterización del producto IG; • Contribuir a que las administraciones públicas tomen conciencia de los productos IG; • Prestar apoyo a la participación de los actores locales (también por medio de asociaciones de productores y consumidores, etc.) en los inventarios nacionales, y • Fomentar el establecimiento de "grupos locales IG" para examinar las especificidades de los productos y sus vínculos con el territorio.
	Aumentar el conocimiento de las funciones de los recursos locales específicos (biodiversidad, capacidades humanas, etc.) y conservación del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Favorecer la realización de estudios para analizar los recursos locales específicos relacionados con la calidad del producto con IG; • Fomentar el debate entre los actores locales sobre la importancia de los recursos locales en relación con la especificidad del producto IG; • Promover la identificación y la caracterización de las prácticas de producción local, y • Prestar asistencia técnica, llevar a cabo programas de investigación y realizar cursos de formación.
	Integrar los sistemas IG en las iniciativas vinculadas con la protección de la biodiversidad y conservación del ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Tener en cuenta el vínculo con el ecosistema como uno de los criterios de especificidad de la IG; • Sostener la consideración de criterios ambientales en el pliego de condiciones de la IG basándose en una justificación técnica y económica, y • Estudiar la posibilidad de crear un sello de calidad para identificar los productos IG que sean "buenos, inocuos y justos".
	Aumentar el conocimiento de la sociedad sobre el concepto IG	<ul style="list-style-type: none"> • Promover campañas nacionales de información sobre las IG y su significación y las diferencias entre los instrumentos jurídicos, y • Facilitar información sobre las IG existentes, sus pliegos de condiciones y organizaciones de IG principalmente a través de internet u otros instrumentos de información a los que pueda acceder el público.
Calificación	Permitir la participación de todas las categorías de actores locales en la definición del pliego de condiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Empoderar a los actores locales aumentando su acceso a la información; • Crear foros de debate locales relativos a las IG y fomentar la participación activa de los actores, sobre todo de los pequeños productores; • Fomentar la creación de grupos de actores locales; • Estudiar detalladamente los efectos del pliego de condiciones en la repartición de los beneficios entre los actores.
	Aumentar los conocimientos de los sistemas de protección de las IG y reducir al mínimo la confusión entre los diferentes instrumentos jurídicos que utilizan nombres geográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar información precisa sobre los sistemas de protección de las IG y sus beneficios y riesgos; • Organizar cursos de capacitación para los consumidores y los funcionarios locales a fin de aumentar su capacidad para prestar asistencia a los consumidores; • Dar instrucciones sobre el modo de solicitar la protección de la IG (folletos, sitios web, cursos de capacitación, etc.), y • Poner de relieve ejemplos prácticos de actividades de calificación relativas a sistemas de IG similares.
	Prestar apoyo a iniciativas locales para que soliciten el reconocimiento oficial o la protección jurídica de la IG	<ul style="list-style-type: none"> • Propugnar políticas innovadoras para fomentar las medidas colectivas y multidisciplinarias; • Proporcionar mecanismos financieros para aumentar el acceso público al proceso de solicitud de la IG; • Prestar asistencia técnica en relación con el proceso de solicitud de la IG, y • Utilizar los foros de debate locales y regionales para evaluar las fortalezas y las debilidades de los sistemas y las solicitudes de IG.

Fase	Objetivo político	Medidas/Instrumentos posibles
Remuneración	Estudiar los obstáculos a la comercialización de la cadena de producción IG	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer programas de financiación o crédito para realizar inversiones estructurales o inmateriales, y • Prestar apoyo a la organización de productores (cooperativas locales y otros tipos de asociaciones).
	Respaldar iniciativas conjuntas (colectivas) de mercadeo	<ul style="list-style-type: none"> • Crear instituciones de aprendizaje específicas; • Favorecer iniciativas de promoción colectivas coherentes con los valores específicos del producto
	Favorecer el reconocimiento de los productos IG por los consumidores	<ul style="list-style-type: none"> • Promover un logotipo (o sello) nacional para la categoría de productos IG.
Reproducción de recursos	Facilitar la evaluación del impacto de la gestión de IG y la evolución del sistema hacia una sostenibilidad económica, social y ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Prestar apoyo a actividades periódicas de la gestión, por ejemplo, facilitar la realización de estudios del impacto, organizar foros especializados, etc; • Definir prácticas más sostenibles para el sistema y alentar a los actores a que las adopten; • Facilitar la revisión de los requisitos del pliego de condiciones de las IG registradas, sobre todo proponiendo un procedimiento simplificado de revisión.
	Facilitar la utilización de la IG registrada por cada vez más productores locales y además de categorías o tipos de actores interesados	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar programas de apoyo financiero temporales para los productores que deseen utilizar la IG; • Seleccionar iniciativas dirigidas a fortalecer las capacidades de los productores más débiles y marginados, que comprendan el suministro de información, la asistencia técnica y el apoyo financiero; • Facilitar la participación de los agricultores en el proceso de establecimiento de las normas relativas a la IG o de su evolución; • Establecer centros de formación para la difusión de las capacidades prácticas relacionadas con el producto IG.
	Reforzar el valor agregado general del territorio, movilizandolo la imagen del producto IG	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar el desarrollo del turismo basado en los recursos locales vinculados al producto IG; • Alentar a los actores del sistema de IG a establecer sinergias con las industrias complementarias y otros productos IG; • Crear itinerarios de productos IG y otras atracciones locales; • Promover el desarrollo de los circuitos turísticos en los que los elementos culturales de valor se asocian con los métodos tradicionales.
	Aumentar la participación de la comunidad local en el producto IG	<ul style="list-style-type: none"> • Tener en cuenta los aspectos culturales en el proceso de reconocimiento de la IG; • Asignar un valor a las prácticas significativas desde el punto de vista cultural como festivales, actos educativos, etc., y • Mantener las festividades populares asociadas al producto con IG.
	Respaldar la distribución equitativa de beneficios de la protección de la IG entre las diferentes categorías de actores de la cadena de producción y dentro de cada sector	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar los acuerdos de cooperación en la cadena de producción y entre otros productores y asociaciones; • Promover el establecimiento de asociaciones de profesionales para estimular negociaciones justas y eficaces entre los actores; • Permitir el acceso de los productores a los canales de nuevos mercados aparte de los compradores locales (por medio de asociaciones de productores u otros medios), y • Velar por que se otorge a los actores más débiles el mismo acceso a la información, a la asistencia técnica y al apoyo financiero.
	Propugnar la integración de prácticas de producción más sostenibles desde el punto de vista ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporar normas de sostenibilidad en los pliegos de condiciones en relación con el envasado, la energía, el transporte, etc.; • Desarrollar vínculos entre los recursos naturales y los atributos de calidad del producto y emplearlos como recurso de mercadeo, cuando proceda.

Adaptado de Belletti G., Marescotti A. (eds.) (2008).

PARA PRACTICAR

Considere los temas planteados en relación con su situación.

Responda a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son las necesidades principales del sistema de producción y comercialización de la IG por lo que se refiere a sus aspectos económico, ambiental y social?
- ¿Qué instrumentos públicos de apoyo están actualmente a disposición?
- ¿De qué manera pueden participar los diferentes actores en el sistema IG?
- ¿Qué problemas encuentran los actores al acceder a la información sobre las políticas relacionadas con el sistema IG?
- ¿Qué deficiencias podrían abordar las políticas locales?

Completa la tabla

- 1) Las principales necesidades de apoyo del sistema IG
- 2) Instrumentos públicos disponibles y sus características en relación con las necesidades
- 3) El modo de acceder a dichos instrumentos

1) Necesidades de apoyo	2) Instrumentos y sus características	3) Cómo acceder a dichos instrumentos
...
...

