

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

IP/C/W/289
29 de junio de 2001

(01-3267)

**Consejo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad
Intelectual relacionados con el Comercio**

Original: inglés

COMUNICACIÓN DE LA ARGENTINA, AUSTRALIA, EL CANADÁ, CHILE, LOS ESTADOS UNIDOS, GUATEMALA, NUEVA ZELANDIA Y EL PARAGUAY

Mediante comunicaciones de fecha 15 y 25 de junio de 2001, la Misión Permanente de Australia, en nombre de las delegaciones de la Argentina, Australia, el Canadá, Chile, los Estados Unidos, Guatemala, Nueva Zelandia y el Paraguay, ha remitido el siguiente texto, con la petición de que se distribuya como documento del Consejo de carácter no reservado.

AMPLIACIÓN DE LA PROTECCIÓN DE LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE LOS VINOS Y LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS A LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS DE TODO TIPO DE PRODUCTOS: COSTOS Y REPERCUSIONES POTENCIALES

Aspectos generales del debate del Consejo de los ADPIC acerca de la ampliación del ámbito de aplicación

1. El Consejo de los ADPIC tiene ante sí varios documentos en que se sostienen distintas posturas relativas a la protección de las indicaciones geográficas.¹ Ahora es necesario emprender una evaluación seria de las consecuencias resultantes de cualquier propuesta que recomiende la introducción de cambios sustanciales en las vigentes disposiciones del Acuerdo sobre los ADPIC.
2. El debate sobre las indicaciones geográficas se ha centrado principalmente en dos enfoques:
 - El deseo de hacer extensivo a todos los productos el nivel de "protección adicional" de las indicaciones geográficas previsto para los vinos y las bebidas espirituosas (artículo 23) sobre la base del principio de que la "protección adicional" redundaría en mayores beneficios para los Miembros y los productores, al aumentar las oportunidades de comercio, y en una protección más eficaz para los consumidores.
 - El deseo de mantener el actual nivel de protección para todos los productos (artículo 22) sobre la base del principio de que el actual nivel de protección permite a los países: mantener el acceso a los mercados existentes; mantener el actual acceso a las oportunidades de comercio en los mercados nuevos y emergentes; dispensar protección suficiente a los productores y los consumidores; y no imponer nuevos costos administrativos u obligaciones jurídicas a los Miembros.

¹ Documentos IP/C/W/204/Rev.1, IP/C/W/205, IP/C/W/211, IP/C/W/247/Rev.1.

3. La ampliación del ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23 a productos distintos de los vinos y las bebidas espirituosas requeriría la revisión del Acuerdo sobre los ADPIC, ya que en ninguna de sus actuales disposiciones existe un mandato que pueda servir como base jurídica para negociar tal ampliación. Los argumentos contrarios a la ampliación no se basan en criterios relativos al grado en que, por su naturaleza, determinados grupos de productos requieren una "protección adicional". Más bien, como se demuestra más adelante, esos argumentos se basan en análisis lógicos y reflejan el hecho básico de que el Acuerdo sobre los ADPIC forma parte de una serie de acuerdos comerciales resultantes de escrupulosas negociaciones.

4. Al examinar el fondo de las distintas posturas, se plantean tres preguntas:

- ¿Qué costos conlleva para los Miembros la modificación de las disposiciones existentes?
- ¿Cuál es el efecto en el comercio?
- ¿Cuál es el efecto en los consumidores?

Cuestiones a las que no se ha prestado suficiente atención: costos y repercusiones potenciales de la ampliación

5. Debería prestarse atención a las cuestiones planteadas anteriormente y tenerse en cuenta los siguientes aspectos, que, hasta ahora, no se han analizado suficientemente en el debate que ha tenido lugar en el Consejo de los ADPIC:

- *Los costos resultantes de ampliar el ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23:* es probable que esos costos constituyan una carga desproporcionada para los Miembros que no tienen aún en vigor disposiciones legales y mecanismos administrativos de protección de las indicaciones geográficas más estrictos que los previstos en el Acuerdo sobre los ADPIC.
- *Falta de pruebas de la insuficiencia de la protección prevista en el artículo 22:* los países que han impulsado la ampliación del párrafo 1 del artículo 23 no han demostrado suficientemente de qué forma las vigentes disposiciones del Acuerdo sobre los ADPIC no protegen debidamente las indicaciones geográficas.
 - No han facilitado ejemplos de casos en que las partes interesadas hayan tratado de obtener una protección del nivel previsto en el artículo 22 de forma compatible con el Acuerdo sobre los ADPIC y no lo hayan logrado.
 - En sus análisis, no han examinado el efecto de las disposiciones sobre indicaciones geográficas del Acuerdo sobre los ADPIC en su conjunto, sino que han centrado su atención en el párrafo 1 del artículo 23.
- *Inexistencia de un debate sobre los posibles inconvenientes de la ampliación del ámbito de aplicación:* tampoco se ha prestado atención a los posibles inconvenientes de la ampliación, incluidos los siguientes:
 - los costos de la aplicación de las leyes y los mecanismos administrativos nuevos que serían necesarios para cumplir las nuevas obligaciones impuestas por el Acuerdo sobre los ADPIC;

- la carga administrativa y financiera que conllevaría la prestación de "protección adicional" a un gran número de indicaciones geográficas de otros Miembros;
- la posible pérdida de oportunidades futuras de acceso a los mercados para los sectores emergentes y la incertidumbre respecto de la utilización continua en los mercados existentes;
- las diferencias en las repercusiones para los Miembros (y para los productores), en particular para los Miembros que no hayan puesto ya en marcha sistemas complejos más rigurosos que los previstos en el Acuerdo sobre los ADPIC;
- la confusión causada a los consumidores por las nuevas denominaciones y etiquetas de los productos;
- el mayor riesgo de diferencias relativas a indicaciones geográficas entre los Miembros de la OMC y entre los productores en esos Miembros.

6. El documento adjunto, presentado por la Argentina, Australia, el Canadá, Chile, los Estados Unidos, Guatemala, Nueva Zelandia y el Paraguay, se ha preparado para analizar directamente las tres cuestiones planteadas. Invitamos a los países que sean partidarios de introducir cambios en las disposiciones vigentes a que examinen expresamente esas cuestiones.

Evolución de las negociaciones

7. Antes de analizar directamente las opiniones sobre la ampliación del ámbito de aplicación merece la pena recordar que los objetivos fundamentales de la protección de las indicaciones geográficas, expuestos en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC) consisten en asegurar:

- que los consumidores no sean inducidos a error respecto del origen geográfico de un producto; y
- que la utilización de la indicación no constituya competencia desleal.

8. Estrechamente relacionada con esos aspectos está la cuestión de las oportunidades comerciales resultantes para los productores de la utilización de las indicaciones geográficas.

9. El Acuerdo sobre los ADPIC prevé dos niveles de protección para las indicaciones geográficas (artículos 22 y 23). El nivel adicional de protección previsto en el artículo 23 es resultado de un compromiso alcanzado en el contexto más amplio de las negociaciones de la Ronda Uruguay. Ese compromiso, deseado por varios países productores de vinos, particularmente por la CE, representó una concesión significativa de varios Miembros, algunos de ellos productores de vinos, que no consideraban necesario crear un desequilibrio en la protección de las indicaciones geográficas mediante la concesión de una mayor protección de las indicaciones geográficas relativas a vinos y bebidas espirituosas. Desde entonces, nuestra experiencia en la aplicación del Acuerdo sobre los ADPIC no nos ha dado motivos para cambiar nuestra opinión de que el nivel de protección previsto en el artículo 23 es desequilibrado y que ese desequilibrio no debe agravarse mediante la ampliación de su ámbito de aplicación a todos los productos.

10. Ese compromiso -plasmado en el artículo 23- permite otorgar derechos exclusivos sobre determinada expresión a un único grupo de productores, privando en la práctica a los demás del

derecho a utilizar esa expresión. Con ello se crea un desequilibrio, ya que la concesión de derechos exclusivos sobre determinada expresión confiere una protección más restrictiva que la necesaria para alcanzar los objetivos fundamentales de protección de las indicaciones geográficas establecidos en el párrafo 2 del artículo 22: no inducir al público a error y asegurar unas condiciones de competencia leal entre los productores en el mercado.

11. La protección prevista en el artículo 22 contra el uso que induzca a error al público y los actos de competencia desleal constituye un recurso suficiente para que los productores obtengan protección para las indicaciones geográficas legítimas y, al mismo tiempo, no impone a los gobiernos la obligación de adoptar medidas excesivamente onerosas para administrar una protección adecuada y eficaz.

12. Es necesario insistir en que ese enfoque no tiene como objetivo quitar importancia al valor intrínseco de las indicaciones geográficas, en particular como medio de fomento de las oportunidades comerciales, sino que más bien reconoce, en su totalidad, ese valor. Las opiniones expuestas en el presente documento preconizan firmemente que los Miembros de la OMC deben estar en condiciones de comercializar activamente sus bienes y servicios sin obstaculizar el comercio o reducir la autenticidad o el valor intrínseco de las indicaciones geográficas.

13. Habida cuenta de la evolución histórica de los mercados mundiales y de la necesidad de acceder a los mercados existentes, así como a los nuevos y emergentes, con métodos relativamente poco costosos, el mantenimiento del nivel de protección previsto en el artículo 22 crea un equilibrio y unas condiciones comerciales óptimas, en lugar de privilegiar a quienes poseen mecanismos más complejos de protección de las indicaciones geográficas.

APÉNDICE

COSTOS E INCONVENIENTES POTENCIALES DE LA AMPLIACIÓN DEL ÁMBITO DE APLICACIÓN DEL PÁRRAFO 1 DEL ARTÍCULO 23 DEL ACUERDO SOBRE LOS ADPIC

1. Los Miembros de la OMC tienen un interés común en asegurar una protección eficaz para sus indicaciones geográficas, lo que plantea dos problemas fundamentales:

- determinar si la ampliación del ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23 del Acuerdo sobre los ADPIC a productos distintos de los vinos y las bebidas espirituosas redundaría verdaderamente en una protección más eficaz de esos productos; y
- determinar, suponiendo que esa ampliación se plasmase en una protección más eficaz, si las ventajas de tal protección compensarían sus costos, habida cuenta de los intereses de los productores, los consumidores y los Miembros de la OMC.

2. Una protección eficaz requiere un equilibrio entre los intereses de los consumidores, los productores y los gobiernos. Los consumidores tienen interés en que las indicaciones geográficas no induzcan a error; los productores tienen un interés comercial en proteger las características de la reputación de un producto atribuibles a su origen geográfico; y los gobiernos están interesados en asegurar que las obligaciones internacionales relacionadas con las indicaciones geográficas se administren de forma eficaz y equitativa.

Eficacia de la protección prevista en el artículo 22

3. El Acuerdo sobre los ADPIC obliga ya a los Miembros a facilitar la protección de las indicaciones geográficas respecto de todos los productos. Ese es el efecto de lo dispuesto en el artículo 22. En consecuencia, un Miembro puede ya exigir la protección de sus indicaciones geográficas en todos los demás Miembros, siempre que ese Miembro proteja tales indicaciones geográficas a nivel nacional. El Acuerdo sobre los ADPIC otorga también a los Miembros flexibilidad para cumplir su obligación de la forma más adecuada a sus distintos ordenamientos jurídicos y prácticas. Como ejemplos de la forma en que el artículo 22 permite asegurar una protección eficaz de las indicaciones geográficas respecto de productos distintos de los vinos y las bebidas espirituosas cabe citar los siguientes:

- Las indicaciones "Darjeeling" (India), para el té²; "Stilton" (Gran Bretaña), para el queso³; "Swiss" (Suiza), para el chocolate⁴; y "Roquefort" (Francia), para el queso⁵, están protegidas por los Estados Unidos como marcas de certificación registradas.

² Registro N° 1.632.726 de los Estados Unidos. Todas las referencias a registros de los Estados Unidos pueden consultarse a través de Internet en la dirección <http://tarr.uspto.gov/>.

³ Registro N° 1.959.589 de los Estados Unidos.

⁴ Registro N° 1.570.455 de los Estados Unidos.

⁵ Registro N°. 571.798 de los Estados Unidos.

- Las indicaciones "Suisse/Swiss" (Suiza), para el chocolate; "Indian Spices" (India), para las especias; "Ceylon" (Sri Lanka), para el té; "Florida" (Estados Unidos), para las naranjas; "Freiburger" (Suiza), para el queso; y "Stilton Cheese" (Gran Bretaña), para el queso, están protegidas para el Canadá como marcas de certificación registradas.

4. La principal obligación de observancia impuesta tanto por el artículo 22 como por el artículo 23 es que cada Miembro "establecerá los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir" la utilización en falso de una indicación geográfica.

5. Los gobiernos Miembros no están directamente obligados por el artículo 23 a aplicar la protección de las indicaciones geográficas, sino simplemente a asegurar la disponibilidad de los medios legales. Así pues, incluso en virtud del artículo 23, los productores deseosos de exigir la protección de determinada indicación geográfica lo harían mediante el recurso a los mecanismos judiciales o administrativos disponibles, y no habrían de depender necesariamente del gobierno de otro Miembro para adoptar las medidas que considerasen oportunas.

Protección adicional: el artículo 23 en su contexto

6. El nivel de protección previsto en el artículo 23 dista mucho de ser absoluto, ya que lo dispuesto en el párrafo 1 de ese artículo es aplicable en el contexto de otras normas sobre indicaciones geográficas del Acuerdo sobre los ADPIC. Esas normas responden a la necesidad de establecer un equilibrio entre los intereses de una diversidad de agentes (tales como consumidores, productores y Miembros de la OMC) e incluir varias importantes excepciones y otras condiciones que pueden influir en los criterios aplicados a los términos reivindicados como indicaciones geográficas para que puedan beneficiarse de protección.

- En el caso de numerosos términos, la ampliación del ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23 a otros productos no dará por resultado una mayor protección. Es posible que muchos de los términos concretos que los Miembros tratan de proteger no respondan a la definición establecida en el Acuerdo sobre los ADPIC o estén ya comprendidos en alguna de las excepciones. Cabe señalar que, para beneficiarse de la protección prevista en el Acuerdo sobre los ADPIC, tanto al nivel del artículo 22 como del artículo 23:
 - un término reivindicado como indicación geográfica ha de cumplir los criterios de la definición establecida en el Acuerdo. Según esa definición, tal término ha de identificar un producto en función de su origen geográfico concreto y de determinada calidad, reputación u otra característica que sea "imputable fundamentalmente" a ese origen geográfico;
 - aun cuando el producto se ajuste a esa definición, varias importantes excepciones pueden determinar que algunos términos queden excluidos de la protección, al menos en los territorios de ciertos Miembros:
 - Se preservarían algunos usos ya existentes: el párrafo 4 del artículo 24 establece una "cláusula de anterioridad" para el uso ya existente de indicaciones geográficas relativas a vinos y bebidas espirituosas, y esa cláusula podría hacerse extensiva a todos los productos en caso de que se ampliase el ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23. Es decir, no se podría impedir a otros

Miembros el uso de una indicación geográfica que ya viniesen utilizando a nivel nacional.

- Los términos genéricos seguirían excluidos de la protección: un término que hubiese ya pasado a ser "genérico" en determinado país seguiría siendo genérico y quedaría excluido de la protección a pesar de la ampliación del ámbito de aplicación (párrafo 6 del artículo 24). Esa excepción puede afectar a términos relativos a orígenes geográficos que se han hecho notoriamente conocidos a nivel mundial (por ejemplo, el queso "cheddar").
- La inexistencia de protección en el país de origen eximiría a los demás de la obligación de brindar protección: un Miembro sólo podría aspirar a obtener la protección de sus indicaciones geográficas en otros Miembros si proporcionase protección *interna* a esas indicaciones (párrafo 9 del artículo 24). Cabría requerir que esa protección se aplicase al nivel previsto en el artículo 23. Por las razones expuestas más adelante, ese nivel de protección podría imponer gravosas obligaciones a todos los Miembros.

7. Por lo tanto, no está claro si la ampliación del ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23 a los productos distintos de los vinos y las bebidas espirituosas daría por resultado una protección más eficaz que la ya otorgada a esos productos en virtud del artículo 22. Tampoco está claro por qué el artículo 22 no basta actualmente para otorgar protección suficiente a tales productos (distintos de los vinos y las bebidas espirituosas). En resumen, hasta la fecha no se ha justificado de modo satisfactorio la necesidad de ampliar el ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23.

8. Algunos Miembros han sostenido que, al permitir que las indicaciones geográficas se acompañen de expresiones tales como "estilo" y "clase", el artículo 22 crea el riesgo de que las indicaciones geográficas se conviertan en términos genéricos. Ese riesgo se ha exagerado: la experiencia comercial muestra claramente que las indicaciones geográficas auténticas e internacionalmente reconocidas siempre se cotizan más en los mercados mundiales. En realidad, lejos de quitar valor de mercado a una indicación geográfica auténtica, la imitación libre y leal del producto suele aumentar el valor intrínseco (y el precio adicional) de la indicación geográfica auténtica.

9. Algunos Miembros han opinado que el nivel de protección previsto en el artículo 23 sería más eficaz y seguro, ya que los demandantes no tendrían que probar a las autoridades judiciales que el público había sido inducido a error. Según ese argumento, tal prueba es discrecional y difiere entre unos países y otros. Ese razonamiento simplifica excesivamente el carácter de la protección establecida en el artículo 23 y pasa por alto un principio fundamental del Acuerdo sobre los ADPIC. En particular, para exigir el cumplimiento de sus derechos con arreglo al artículo 23 en su forma actual, un Miembro estaría obligado a rebatir las alegaciones a favor de la aplicabilidad de una de las excepciones a la protección de las indicaciones geográficas previstas en el artículo 24. Asimismo, un principio fundamental del Acuerdo sobre los ADPIC es que los distintos sistemas judiciales y administrativos pueden adaptar y aplicar los niveles mínimos de protección de la propiedad intelectual establecidos en el Acuerdo (párrafo 1 del artículo 1).

10. Tampoco es correcto sugerir, como han hecho algunos Miembros, que la prueba de inducción a error al público o de competencia desleal, aplicada en las jurisdicciones nacionales en cumplimiento del artículo 22, da lugar a decisiones incoherentes entre sí. La aplicación de esa prueba permite adoptar decisiones para determinar si, en un caso concreto, el uso es engañoso o desleal mediante la aplicación del mismo criterio de comportamiento susceptible de inducir a error o de competencia

desleal, según sea el caso. La aplicación de las mismas normas y criterios a nivel nacional en cada caso proporciona coherencia y certidumbre.

11. Se ha indicado que la solución a las decisiones incoherentes entre sí que, según algunos, origina la prueba establecida en el párrafo 2 del artículo 22, es la "protección absoluta". Sin embargo, ese argumento prescinde del reconocimiento claramente formulado en el Acuerdo sobre los ADPIC de la necesidad de mantener un equilibrio adecuado entre los intereses de los diversos agentes relacionados con la protección de las indicaciones geográficas. Al supeditar la protección de las indicaciones geográficas, con arreglo al artículo 22, a una prueba de inducción a error al público o de competencia desleal, el Acuerdo sobre los ADPIC establece un equilibrio entre los derechos de los consumidores, de los productores y del público en general.

12. Los Miembros de la OMC han seleccionado diversos mecanismos para aplicar la protección de las indicaciones geográficas de conformidad tanto con el artículo 22 como con el artículo 23. Más que crear un desequilibrio o causar distorsión del comercio, esas diferencias de enfoque ponen de manifiesto la flexibilidad intrínseca con que el Acuerdo sobre los ADPIC permite a los Miembros llevar a cabo la protección de las indicaciones geográficas de la forma más adecuada a sus circunstancias económicas, jurídicas y sociales. En lugar de obligar a todos los Miembros a dispensar una protección adicional, el Acuerdo sobre los ADPIC permite aplicar ese nivel de protección a los Miembros cuyas circunstancias justifican los costos y esfuerzos añadidos que conlleva esa protección adicional, al tiempo que garantiza un nivel mínimo de protección para todas las indicaciones geográficas.

Costos y obligaciones potenciales resultantes de la ampliación del ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23

13. Aun cuando se dé por supuesto que la ampliación del ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23 se plasmará en una protección más eficaz, no cabe deducir que la adopción de esa línea de acción tenga interés para todos los Miembros. Ello se debe a que la ampliación -al igual que cualquier reajuste del equilibrio de derechos y obligaciones dimanantes del Acuerdo sobre los ADPIC- conllevaría determinados costos y una redistribución de las responsabilidades de los Miembros. Entre esos nuevos costos y responsabilidades figurarían los costos administrativos, las consecuencias comerciales para los productores, el aumento de las posibilidades de confusión de los consumidores, los potenciales antagonismos entre los productores dentro de los distintos Miembros y un mayor riesgo de diferencias en la OMC.

i) Costos administrativos

14. La ampliación del ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23 impondría obligaciones adicionales en el marco del Acuerdo sobre los ADPIC, entre ellas, la necesidad de establecer leyes y mecanismos administrativos nuevos.

15. Todos los Miembros, tanto desarrollados como en desarrollo, que no concedan ya "protección adicional" a los productos distintos de los vinos y las bebidas espirituosas, habrían de cumplir esas nuevas obligaciones a nivel nacional.

16. La aplicación y administración de nuevas leyes impondrían a la mayoría de los gobiernos unos costos considerables, tanto monetarios como de otro tipo, y sus efectos podrían ser proporcionalmente mayores en los países en desarrollo.

17. Las nuevas obligaciones se harían extensivas a todos los Miembros, incluidos los que han optado por no proteger sus propias indicaciones geográficas nacionales. Cada Miembro estaría

obligado a proteger las indicaciones geográficas de todos los demás Miembros al nivel de protección más elevado.

18. Esas obligaciones podrían representar una carga considerable, en particular si se tiene en cuenta el hecho de que algunos Miembros, tales como las Comunidades Europeas, poseen cientos de indicaciones geográficas nacionales (véase la sección "Productos" en el sitio Web europa.eu.int/comm/agriculture/qual/es/index_es.htm) y, según cabe suponer, esperarían que todos los demás Miembros concediesen "protección adicional" a esas indicaciones.

ii) Repercusiones comerciales para los productores

19. Es necesario analizar las repercusiones que tendrá cualquier cambio del nivel de protección para los productores que utilicen determinados términos en la presentación y comercialización de sus productos.

20. La ampliación del ámbito de protección del párrafo 1 del artículo 23 para abarcar otros productos dará lugar, sin duda, a reclamaciones de grupos de productores que reivindicarán los derechos exclusivos sobre determinados términos. Cualquier concesión de derechos exclusivos a un grupo de productores priva necesariamente a otros del derecho a utilizar esos términos. Uno de los costos para los productores sería la necesidad de hacer frente a las reclamaciones en que se alegase que un término utilizado por ellos debería reservarse exclusivamente a los productores de otro país o región, ya que ello podría requerir acciones judiciales de defensa.

21. Los productores podrían también incurrir en gastos si se viesen obligados a abandonar el uso de términos comercialmente significativos, pues habrían de renovar el nombre y el etiquetado y hallar nuevos métodos de comercialización de los productos a que se aplicasen tales términos, tanto en el mercado nacional como en el extranjero.

22. Probablemente, los productores de las industrias lácteas y alimentarias nuevas y emergentes, entre otras en que la utilización de términos geográficamente significativos es particularmente prevalente, experimentarán más acusadamente el impacto negativo de la mayor protección.

23. Esa situación puede tener consecuencias imprevistas y, en particular, imponer costos significativos a los productores, incluso del mismo país, que hayan utilizado tradicionalmente un término y se vean repentinamente obligados a abandonarlo.

24. Esos sectores pueden hallar cerrado el acceso de sus productos a mercados de exportación potencialmente lucrativos, ya que el gobierno del país importador o un tercero pueden reivindicar los derechos exclusivos sobre los términos utilizados para comercializar tales productos. El Consejo de los ADPIC debería tener presente el potencial de utilización de las indicaciones geográficas como instrumento proteccionista para restringir el comercio, particularmente en el sector agropecuario.

iii) Costos para los consumidores

25. Otra consecuencia será el costo de la confusión causada a los consumidores por la desaparición de términos habitualmente utilizados para identificar determinados productos. Esa confusión incrementará los costos de búsqueda y transacción resultantes para los consumidores, a menos a corto y medio plazo, y es posible que incremente también los precios.

iv) Mayor riesgo de diferencias entre productores en relación con determinadas indicaciones geográficas

26. Probablemente, el proceso de definición de las indicaciones geográficas (en que sería necesario demostrar el cumplimiento de la definición establecida en el párrafo 1 del artículo 22) daría lugar a diferencias entre los productores.

27. Entre los productores de un mismo país puede haber discrepancias respecto de la demarcación regional abarcada por una indicación geográfica. Los productores de distintos países (sobre todo, si comparten frontera y, en consecuencia, una historia común) que producen el mismo tipo de producto y han utilizado tradicionalmente determinada indicación geográfica pueden reivindicar, en cada uno de esos países, la "titularidad" de la indicación geográfica. El establecimiento de sistemas internos para solucionar esas diferencias conllevaría un costo adicional para los Miembros.

v) Mayor riesgo de diferencias entre los Miembros de la OMC

28. Cualquier Miembro que no otorgue la protección ampliada del párrafo 1 del artículo 23 a las indicaciones geográficas de otros Miembros puede verse arrastrado a un proceso de solución de diferencias en la OMC. La experiencia muestra que la solución de tales diferencias puede resultar difícil y onerosa. Por ello, los Miembros deberían estar seguros de su entendimiento pleno de la protección prevista en el párrafo 1 del artículo 23 y de la plena disponibilidad de recursos para darle aplicación respecto de todos los productos antes de dar su asentimiento a la imposición de nuevas obligaciones.

Ejemplo

29. El siguiente ejemplo permitirá comprender mejor algunos de los problemas potenciales asociados a la ampliación del ámbito de aplicación del párrafo 1 del artículo 23:

Feta: El queso feta se produce en diversos países, entre ellos Grecia, Dinamarca, Bulgaria, Australia, el Canadá, Nueva Zelandia y los Estados Unidos. Con arreglo al artículo 22, cada uno de esos países está legitimado para producir y exportar productos feta, utilizando para ello términos tales como "feta danés" o "feta búlgaro", que aseguran que los consumidores no se verán inducidos a error o confusión respecto al origen del producto, o que la competencia no será desleal. La ampliación del artículo 23 a otros productos puede poner en peligro los derechos de esos Miembros a seguir produciendo y exportando esos productos. Asimismo, la ampliación impediría a las industrias lácteas principiantes de otros países la utilización del término "feta" en el futuro, limitando así su acceso a mercados potenciales.

Conclusión: cuestiones que deben examinarse

30. En el presente documento se han examinado dos cuestiones fundamentales relativas a la ampliación del ámbito de protección de las indicaciones geográficas con arreglo al párrafo 1 del artículo 23, a saber, si esa ampliación permitiría establecer una protección más eficaz para los productos y si los beneficios serían superiores a los costos. En resumen, en el documento se ha sostenido que:

- los países partidarios de la ampliación no han demostrado fehacientemente por qué las vigentes disposiciones del Acuerdo sobre los ADPIC, en particular su artículo 22, no bastan para dar protección suficiente a las indicaciones geográficas;
- la ampliación del ámbito de aplicación con arreglo al párrafo 1 del artículo 23 no equivaldría necesariamente a una protección más eficaz de los productos, habida

cuenta de las condiciones y excepciones establecidas en las diversas disposiciones sobre indicaciones geográficas (con inclusión de la definición del párrafo 1 del artículo 22, y de los párrafos 4, 6 y 9 del artículo 24);

- no se han examinado suficientemente los posibles inconvenientes de la ampliación.

31. Varios Miembros que preconizan la ampliación del ámbito de aplicación del artículo 23 tienen ya en vigor complejos mecanismos de protección interna, tales como sistemas nacionales de registro u otros programas administrativos que prevén el nivel de protección del párrafo 1 del artículo 23. Para esos países, la ampliación de lo dispuesto en dicho párrafo a otros productos tendría, previsiblemente, unos costos adicionales limitados. En cuanto a la mayoría de los Miembros de la OMC, que no tienen en vigor tales sistemas ampliados, es urgente que emprendan un examen a fondo de las normas vigentes. Sólo si existe un entendimiento colectivo de las necesidades inherentes a la aplicación de esas normas, los Miembros estarán en condiciones de evaluar los costos relativos y, en su caso, los beneficios resultantes de la ampliación.

32. Entre las cuestiones específicas que requieren un examen más detenido por los distintos Miembros o por el Consejo de los ADPIC cabe citar las siguientes:

- ¿Qué tipo de régimen jurídico o administrativo sería suficiente para que un país cumpliera las obligaciones que le impone el párrafo 1 del artículo 23 si lo dispuesto en ese párrafo se hiciese extensivo a todos los productos?
- ¿Cuáles serían los costos de establecer y administrar ese régimen, tanto para asegurar la "protección adicional" de cualquier indicación geográfica interna como para cumplir la obligación de proteger las indicaciones geográficas de los demás Miembros al nivel previsto en el párrafo 1 del artículo 23?
- ¿Qué ventajas tendría tal régimen para los Miembros, individual y colectivamente?
- Habida cuenta de las cantidades relativas de indicaciones geográficas reivindicadas por los distintos Miembros, ¿serían los beneficios potenciales de la ampliación suficientes para compensar sus costos previsibles?
- ¿Se beneficiarán los Miembros que poseen ya un gran número de indicaciones geográficas a expensas de los que sólo tienen unas pocas?

33. Todos los Miembros, y en particular los que están ya convencidos de que es realmente necesaria la ampliación, deberían, antes de propugnar la modificación de las obligaciones actualmente impuestas por el Acuerdo, examinar detenidamente los costos y beneficios resultantes de la ampliación y su efecto práctico real, en particular en el acceso actual y futuro a los mercados de exportación.
