

DENOMINACIÓN DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS EN EL ECUADOR COMO INSTRUMENTO DE DIFERENCIACIÓN Y ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

DENOMINATION OF ORIGIN AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN ECUADOR AS AN INSTRUMENT OF DIFFERENTIATION AND MARKETING STRATEGY

Recibido: 10/01/2025 – **Aceptado:** 27/01/2025

Yolanda Liliana Bejarano Muñoz

Docente de la Pontificia Universidad Católica Sede Ibarra
Ecuador

Magíster en Comercio y Negociaciones Internacional
Universidad Tecnológica Equinoccial

ybejarano@pucesi.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-8553-0841>

Irma Daniela Batallas González

Docente de la Pontificia Universidad Católica Sede Ibarra
Ecuador

Magíster en Administración Pública, mención Desarrollo Institucional
Universidad Tecnológica América

idbatallas@pucesi.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-0991-1314>

Cómo citar este artículo:

Bejarano Muñoz, Y. L., & Batallas González, I. D. (Enero–junio de 2025). Denominación de origen e indicaciones geográficas en el Ecuador como instrumento de diferenciación y estrategia de comercialización. *Visión Empresarial*, Vol. 15, Núm. 2, 21 – 38. <https://doi.org/10.32645/13906852.1375>



Resumen

En el presente estudio de investigación se desarrolló el análisis de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas como mecanismos generadores de valor para productos agrícolas y artesanales, y su incidencia en las estrategias comerciales. Se logró conocer el grado de implementación en el que se encuentran las seis denominaciones de origen del Ecuador e identificar las acciones que el gobierno realiza para potencializarlas tanto a nivel nacional como internacional, las acciones del gobierno se enfocan en mejorar la producción y comercialización del sector agrícola y artesanal del país a través de asistencias técnicas, financiamiento y capacitaciones dirigida a los pequeños productores mediante instituciones públicas con MAG, Agrocalidad, Pro Ecuador, BanEcuador, entre otras. Al analizar el comportamiento del mercado internacional se identificó a los Estados Unidos como principal socio comercial del Ecuador para los productos no petroleros, con gran potencial para productos saludables, ecológicos, orgánicos y de origen sustentable. En este sentido, el objetivo de esta investigación ha sido analizar el impacto de las denominaciones de origen (DO) y las indicaciones geográficas (IG) en el Ecuador como una herramienta estratégica diferenciadora de los productos en el mercado. La investigación es de carácter cualitativa. Para la obtención de los datos se consideró opiniones de profesionales del área de estudio y experiencia de personas que cuentan con autorización de uso de la denominación de origen. En conclusión, el artículo enfatiza la importancia de promover el valor cultural, histórico y territorial y a la vez fomentar la competitividad en mercados locales e internacionales.

Palabras claves: denominación de origen, indicaciones geográficas, estrategias comerciales, competitividad, calidad diferenciada.

Abstract

Developing the analysis of origin denominations and geographical locations; as value-generating mechanisms for agricultural and handicraft products and their impact on trade strategies, is cover in this research study. In general, there are six identifiers in Ecuador and the level of implementation in which they are; as well as, the government's actions on improving the production and marketing; nationally and internationally, is focused by analyzing the technical assistance, financing and training to small producers; through public institutions such as MAG, Agrocalidad, Pro Ecuador, Ban Ecuador; among others, are part of this study. In analyzing the behavior of the international market, the United States was identified as Ecuador's main trading partner for non-oil products, with great potential for ecological, organic and sustainably sourced products. In this aspect, the objective of this research has been to analyze the impact of origin denominations (DO) and geographical indications (GI) in Ecuador, as a strategic tool to differentiate products in the market. The research is qualitative in nature. To obtain the data, the opinions of professionals in the area of study and the experience of people who have authorization to use the origin denomination were considered. In conclusion, the article emphasizes the importance of promoting cultural, historical and territorial value and at the same time, fostering competitiveness in local and international markets.

Keywords: denomination of origin, geographical indications, commercial strategies, competitiveness, differentiated quality.

Código JEL: M1

Introducción

En la actualidad, la globalización y la alta competitividad en los mercados internacionales han impulsado la necesidad de desarrollar estrategias de diferenciación efectivas para los productos. Las Denominaciones de Origen (DO) e Indicaciones Geográficas (IG) emergen como instrumentos fundamentales de propiedad intelectual que permiten distinguir y proteger productos únicos vinculados a territorios específicos.

Por años Ecuador se ha caracterizado por ser un país primario – exportador debido a su oferta exportable sin o de escaso valor agregado, restándole competitividad en los mercados internacionales; por lo cual en estos últimos años el gobierno ha impulsado la transformación de la matriz productiva.

En un contexto donde la dependencia de la producción de bienes primarios con bajo valor agregado y poca diversificación de la producción es evidente, se hace necesario promover la investigación, desarrollo e innovación. Esto permitirá identificar mercados, productos y sectores no tradicionales con alto potencial de generación de ingresos, empleo e inversión, fortaleciendo procesos que permitan la diversificación y calidad de las cadenas productivas. (Secretaría Nacional de Planificación, 2024).

Las Denominaciones de origen y las Indicaciones Geográficas constituyen el sistema utilizado para el reconocimiento de una calidad superior, consecuencia de características propias y diferenciales, debidas al medio geográfico en el que se producen las materias primas, se elaboran los productos, y a la influencia del factor humano que participa en las mismas, (Escandón, 2019), es necesario conocer y examinar su filosofía, la evolución de sus normas y la cultura creada a su alrededor con dos objetos fundamentales: uno, para adoptar de la mejor manera posible nuestra legislación a los principios del sistema seguido por sus creadores, con miras a que nuestros productos amparados con la protección sean reconocidos internacionalmente.

En la actualidad competir por una cuota de mercado resulta ser cada vez más difícil, siendo indispensable para una empresa el contar con una verdadera ventaja competitiva si desea alcanzar el éxito; por lo que muchas empresas apuestan por resaltar características únicas y diferentes de sus productos. Hoy en día, los sellos distintivos como la denominación de origen e indicaciones geográficas además de proteger la propiedad industrial son garantías de calidad, convirtiéndose en una herramienta de comercialización muy útil.

Las DO e IG no solo salvaguardan la autenticidad y calidad de productos tradicionales ecuatorianos, sino que también representan una oportunidad estratégica para su comercialización y posicionamiento en mercados nacionales e internacionales, analizando, además, el potencial de las DO e IG como herramientas de diferenciación y estrategia comercial en el contexto ecuatoriano, considerando su marco regulatorio actual y las perspectivas de desarrollo para productos emblemáticos del país.

A pesar de que la denominación de origen no sea un tema nuevo a nivel internacional en el Ecuador se lo viene trabajado hace algunos años y desde 2014 ha ido tomando relevancia como mecanismo para dar valor agregado a los productos agrícolas principalmente, por lo cual no se encuentra bien desarrollado como en los países de la Unión Europea, que actualmente cuentan con un sistema de registro internacional de indicaciones geográficas; bajo este contexto es pertinente analizar las denominaciones de origen como herramienta de diferenciación y estrategia de comercialización en productos ecuatorianos de exportación y como sus exportaciones contribuyen a la economía nacional.

Este artículo analiza el potencial de las denominaciones de origen como herramienta de diferenciación y estrategias de comercialización para productos ecuatorianos emblemáticos, como el cacao nacional, el sombrero de paja toquilla de Montecristi, el café de las Islas Galápagos, el maní de

las comunidades Shuar y Achuar, la pitahaya del cantón Palora, el café de la provincia de Loja y el Miske. A partir de los resultados del estudio, se proponen iniciativas para mejorar la implementación y aprovechamiento de este recurso, con el fin de beneficiar a los micros y pequeños productores, contribuyendo así al fortalecimiento de la economía nacional. En el Ecuador de acuerdo al SENADI, en conjunto con productores y/o agricultores, se encuentra en proceso de socialización y difusión de la importancia de proteger las diferentes denominaciones de origen y el beneficio que estas aportan a la economía familiar, local, regional y nacional.

SENADI ha sentado las bases sobre el manejo de las denominaciones de origen, para eso trabaja coordinadamente con otras instituciones del Estado que tienen responsabilidad con estos sectores productivos generando una red institucional con un solo objetivo en común: proteger este tipo de productos, mejorar los procesos de producción, extracción y elaboración; todo con el fin de mejorar la calidad de vida de los productores y/o agricultores.

Los productos protegidos por una Denominación de Origen o Marca Colectiva generan desarrollo local, ya que poseen un valor agregado que origina un mejor precio en el mercado (SENADI, 2024). La Denominación de Origen es un reconocimiento que genera importantes beneficios, especialmente para los pequeños productores.

En conclusión, las Indicaciones Geográficas y específicamente las Denominaciones de Origen representan mucho más que simples designaciones de procedencia. Constituyen herramientas estratégicas que, cuando se utilizan efectivamente, pueden generar ventajas competitivas significativas, preservar tradiciones productivas y crear valor económico para las regiones y sus productores. Su marco de protección internacional refleja la importancia que la comunidad global otorga a la preservación y valorización de productos únicos vinculados a territorios específicos.

Marco teórico

La denominación de origen constituye para el Ecuador una oportunidad para impulsar y posicionar productos de alta calidad en mercados internacionales, además de contribuir al desarrollo económico de productores locales (Senescyt, 2019, párr.2); debido a los beneficios que ofrecen las certificaciones de denominación de origen a productos ligados con el lugar geográfico al revalorar métodos tradicionales de producción, es necesario analizar la relevancia de esta certificación en la diferenciación y comercialización de productos ecuatorianos en los mercados extranjeros, y como han contribuido a la economía de nuestro país.

La Comunidad Andina también ha establecido normativas respecto a las denominaciones de origen tal como la decisión 344 del REGIMEN COMUN SOBRE PROPIEDAD INDUSTRIAL, en su Título XII art. 201: Se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos (Comisión de la Comunidad Andina, 2000).

Considerando que el Ecuador es un país megadiverso por naturaleza y su diversidad cultural está presente en sus diferentes regiones, es viable identificar productos que pueden protegerse bajo este paraguas de propiedad intelectual como un mecanismo de desarrollo para las diferentes localidades y/o comunidades. En este contexto, resulta fundamental posicionar al país en el ámbito internacional, aprovechando las oportunidades que ofrecen los mercados globales y regionales mediante la

diversificación de servicios y productos sus diversidades culturales y sus dinámicas socio-ambientales (Senplades, 2017, pág.124).

Bajo este panorama de la riqueza cultural y la variedad micro climática propias de cada región ecuatoriana se han convertido en un factor diferenciador de productos, aportando mecanismos de posicionamiento internacional para la oferta agrícola exportable y se consolidan como herramientas que añaden valor agregado a estos productos permitiendo, así, incrementar su valor sin transformar el proceso productivo, sino preservando y revalorando los métodos tradicionales de producción (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2024, párr. 6).

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, el Ministerio de Agricultura y Ganadería; la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, y el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), firmaron el 27 de febrero de 2019 un Acuerdo interinstitucional para la creación de un Sistema Nacional para el Fomento y Protección de las Denominaciones de Origen, en el cual se pretende trabajar de manera coordinada en la protección de estos productos, el mejoramiento de sus procesos de producción y el aumento del número de Denominaciones de Origen en el Ecuador, las denominaciones de origen son un tipo de signo distintivo que tienen gran importancia porque identifican un país, una región o un lugar determinado donde confluyen los factores naturales y humanos en los procesos de producción, elaboración y / o extracción de un determinado producto. (Ministerio de Turismo, 2019, párr. 3).

Tipos de productos en los que se utiliza las Indicaciones Geográficas

Las indicaciones geográficas son importantes para muchos productos de distintas clases: entre otros, productos agrícolas, vinos y licores, y artesanía. Los productos que proceden de determinados lugares suelen ser muy solicitados, por lo cual las indicaciones geográficas constituyen un tipo de propiedad intelectual que puede ser muy valioso; sin embargo, una indicación geográfica también se aplica a productos que cuyas características específicas se deban a determinadas habilidades, conocimientos o métodos tradiciones de fabricación, mismos que se encuentran en el lugar de origen del producto (OMPI, 2017, pág. 48); entre los productos con indicación geográfica se encuentra el mundialmente famoso Tequila de México, el Queso Roquefort de Francia, el Sombrero de Montecristi de Ecuador, por la paja toquilla, cultivada principalmente en Ecuador, y a que los artesanos productores se encuentran agremiados, entre otros. (Gobierno de Mexico, 2025, párr. 5).

Al igual que las demás indicaciones geográficas, la denominación de origen se aplica al producto que está vinculado a un lugar determinado, pero en el caso de la

Derecho que otorga una Indicación Geográfica

El derecho que otorga una indicación geográfica a quienes se encuentran autorizados para utilizar una indicación es la de impedir su uso a terceras personas cuyo producto no cumple con las normas de condiciones aplicables, pero este derecho no le faculta al titular de la indicación geográfica a impedir que otra persona elabore un producto utilizando las mismas técnicas establecidas en las normas de la indicación geográfica (OMPI, 2024, párr. 3).

Denominación de Origen (DO)

La denominación de origen como “un tipo especial de indicación geográfica que por lo general consiste en un nombre geográfico o una designación tradicional utilizada para productos que poseen cualidades o características específicas que cabe atribuir principalmente al entorno geográfico de producción”, siendo reconocidas internacionalmente a partir del Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Intelectual de 1883 (WIPO, 2020, pág.18).

El impacto de las Denominaciones de Origen trasciende la mera identificación geográfica, constituyéndose en una herramienta estratégica para el desarrollo económico y la preservación cultural. Los productores que gozan de este distintivo no solo obtienen protección contra prácticas comerciales desleales, sino que también acceden a un instrumento de marketing diferenciador que les permite posicionar sus productos en mercados premium, tanto nacionales como internacionales.

La Secretaría General de la Comunidad Andina informa que en el Listado de Denominaciones de Origen de la región se incluyen 52 productos originarios de los países andinos. De estos, 7 corresponden a Ecuador. Las denominaciones de origen constituyen una herramienta clave dentro del ámbito de la propiedad intelectual, ya que protegen productos cuya calidad, reputación u otras características están directamente vinculadas al medio geográfico donde se producen. Por lo general, estas denominaciones adoptan el nombre del lugar de origen.

Para garantizar esta protección, la Comunidad Andina ha establecido un marco jurídico a través de la Decisión 486, que regula las denominaciones de origen en Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Esta normativa, de aplicación directa en todos los países miembros, asegura la exclusividad del uso de dichas denominaciones, lo que a su vez incrementa el valor de los productos en los mercados internacionales. (González, 2025)

Las denominaciones de origen al ser un instrumento colectivo intangible de protección son más que un nombre o un símbolo. “Son el reflejo de una reputación estrechamente vinculada a zonas geográficas de distintos tamaños, lo que les da un componente emocional”. (OMPI, 2021, pag. 23), en otras palabras, una denominación de origen protege de prácticas desleales e impulsa la comercialización de productos amparados bajo este distintivo.

Beneficios que otorga una Denominación de Origen

Generalmente el rasgo distintivo que se atribuye a los productos con denominación de origen por su procedencia está ligado en cierta medida con la calidad o forma de elaboración, factores que son apreciados por los consumidores, convirtiéndose en activos empresariales esenciales para el marketing por ser signos distintivos de productos, como es el caso de cacao en grano (FAO, 2025, pág.11). En el mercado actual en que se desenvuelve las empresas una denominación de origen les representa una verdadera ventaja competitiva frente a sus competidores siempre y cuando sepan cómo sacarle el máximo beneficio a este signo distintivo.

Registro Internacional de una DO e IG

Para el registro Internacional de una denominación de origen o una indicación geográfica la parte contratante deberá presentar la solicitud de registro internacional, mismo que deberá ser presentado ante la Oficina Internacional de Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en Suiza; el formulario para el registro se lo puede descargar del link <https://www.wipo.int/lisbon/es/forms/>. Este registro lo pueden realizar asociaciones o cooperativas de productores del producto identificado por el origen geográfico, o una autoridad nacional competente (OMPI, 2021, pag. 23).

Denominación de Origen e Indicaciones Geográficas en el Ecuador

Gracias a la biodiversidad y pluriculturalidad de Ecuador se ha identificado a los productos que pueden diferenciarse y protegerse mediante la Denominación de Origen en el país, la primera denominación fue otorgada al Cacao Arriba el 24 de marzo de 2008, por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) ahora Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), a la fecha Ecuador cuenta con 6 productos protegidos bajo esta distinción. Con el objeto de apoyar a los productores locales a promocionar

a nivel nacional como internacional los productos ecuatorianos con denominación de origen en 2014 el IEPI lanzó Sellos Distintivos (SENADI, 2021), los cuales se pueden apreciar en la Figura 1.

Figura 1.

Sellos distintivos para productos nacionales con denominación de origen



Nota: Tomado de *Indicaciones geográficas* [Sellos distintivos nacionales], por CIBEPYMES, 2021, Cibepyme.com

(<https://www.cibepyme.com/minisites/ecuador/es/propiedad-intelectual/indicaciones-denominacion/>)

Las denominaciones de origen pueden estar relacionadas con la “marca país”, pero no tienen el mismo significado; pues son productos especiales cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce.

Actualmente Ecuador tiene siete Denominaciones de Origen protegidas que son:

- Cacao Arriba (Otorgada por IEPI 2009 ahora SENADI).
- Sombrero de Montecristi (Otorgada por IEPI 2009 ahora SENADI).
- Café de Galápagos (Otorgada por IEPI 2015 ahora SENADI).
- Maní de Transkutukú (Otorgada por IEPI 2016 ahora SENADI).
- Pitahaya Amazónica de Palora (Otorgada por SENADI 2018).
- Lojano Café de Origen (Otorgada por SENADI 2019).
- Miske (Otorgada por SENADI 2022).

Figura 2.

Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023, pág. 12



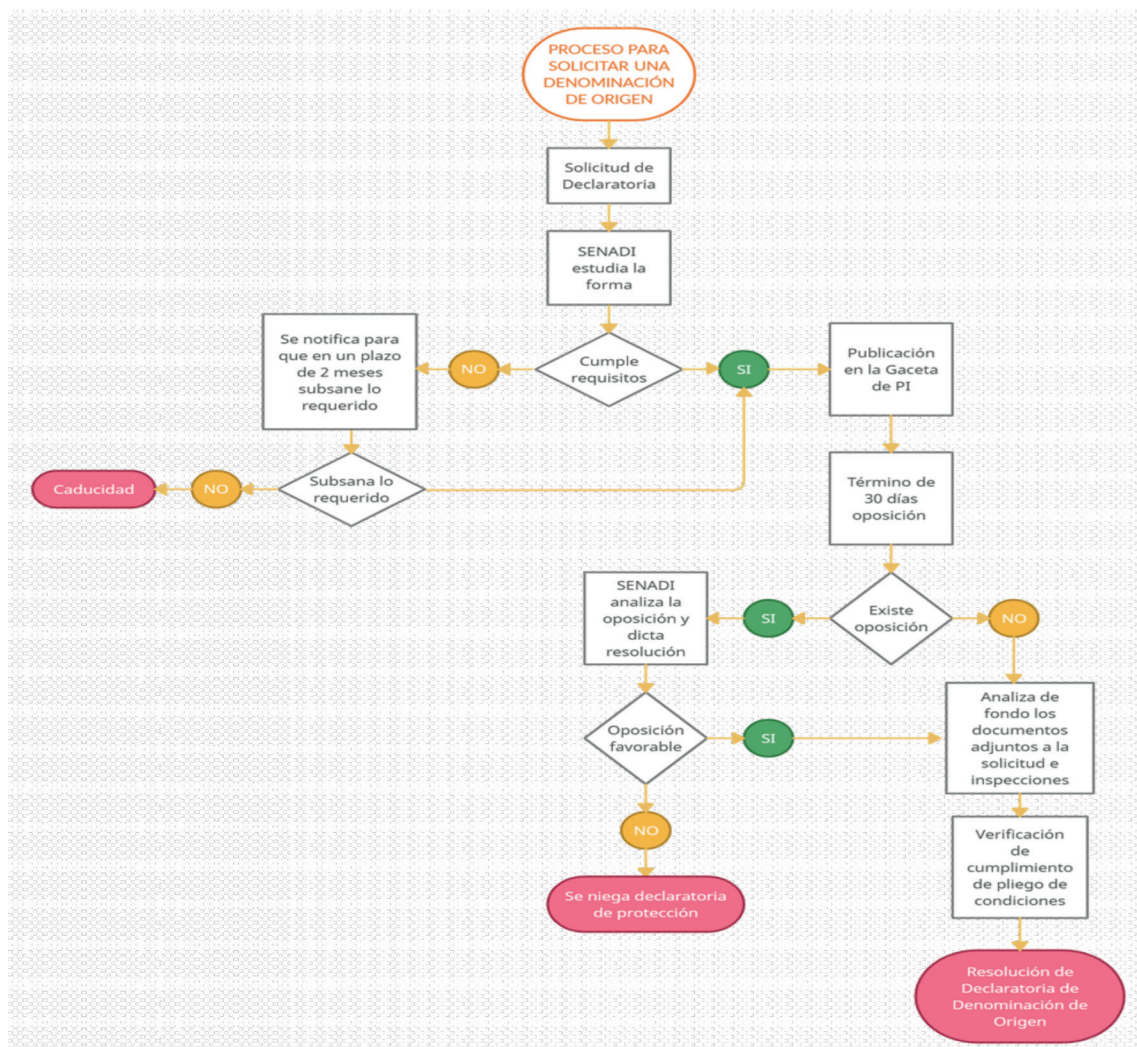
Procedimiento de registro

El registro de una denominación de origen según el IEPI (2017), es totalmente gratuito y lo pueden hacer las autoridades locales e incluso personas naturales o jurídicas que directamente se dedique a la producción, elaboración o extracción del producto o productos que sus características se atribuyen al lugar geográficos de su origen, los interesados podrán encontrar el respectivo instructivo de llenado del formulario para el registro de signos distintivos en la página oficial de la SENADI.

Para garantizar una protección efectiva a nivel internacional, se ha desarrollado un sistema robusto de registro y protección. El Arreglo de Lisboa y su posterior actualización mediante el Acta de Ginebra en 2015 establecieron un marco unificado para el registro y protección de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas. Este sistema, administrado por la OMPI, simplifica significativamente el proceso de protección internacional mediante un registro único y un sistema de tasas unificado, facilitando así la protección de estos valiosos activos en múltiples jurisdicciones. A continuación, en la Figura 3 se puede apreciar todo el proceso que está detrás de una declaratoria de denominación de origen.

Figura 3.

Flujograma del proceso de registro de una Denominación de Origen



Nota: El proceso inicia con la solicitud de declaratoria dirigida a la SENADI, institución que en conformidad al Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación verificará el cumplimiento del pliego de condiciones para negar o aprobar una declaratoria de origen. Fuente: SENADI (2019).

En conclusión, las Indicaciones Geográficas y específicamente las Denominaciones de Origen representan mucho más que simples designaciones de procedencia. Constituyen herramientas estratégicas que, cuando se utilizan efectivamente, pueden generar ventajas competitivas significativas, preservar tradiciones productivas y crear valor económico para las regiones y sus productores. Su marco de protección internacional refleja la importancia que la comunidad global otorga a la preservación y valorización de productos únicos vinculados a territorios específicos.

Materiales y métodos

La presente investigación es de carácter cualitativo y descriptivo, con el propósito de analizar el uso de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas en Ecuador como herramientas de

diferenciación para productos agrícolas y artesanales de exportación, y su relevancia en las estrategias de comercialización internacional, por lo que se ha recurrido a la recopilación de información documental y estadística de la base de datos del Banco Central del Ecuador, SENADI, PRO ECUADOR, MAG, entre otras; a la observación y a la entrevista para profundizar más en el tema de estudio.

Se seleccionaron estas fuentes porque nos proporcionaron información oficial sobre procesos, trámites y datos relacionados con las certificaciones obtenidas por empresas ecuatorianas, así como los procedimientos necesarios para obtener dichas certificaciones.

Para alcanzar los objetivos planteados, se utilizó una metodología basada en la revisión bibliográfica y el análisis documental. Se recopilaron datos de fuentes oficiales como el Banco Central del Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), PRO ECUADOR y el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), así como de estudios académicos y normativas vigentes relacionadas con el tema. La revisión bibliográfica permitió interpretar y contextualizar las variables e indicadores de estudio de manera efectiva.

Asimismo, se emplearon técnicas de observación y entrevistas semi-estructuradas con actores clave, incluidos productores locales expertos en el área, tales como: El Dr. Ycaza, ex Director ejecutivo de Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) actual SENADI, tres expertos de SENADI, el empresario y Iván Ontaneda Berrú, Ex Ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, entrevista a productor con autorización de uso, el experto Ing. Oscar Ruano del Ministerio de Producción, se realizó la visualización de algunos videos sobre fincas de diferentes productos con denominación de origen. Estas entrevistas permitieron profundizar en aspectos relacionados con la implementación y percepción de las denominaciones de origen, identificando desafíos y oportunidades en su aprovechamiento comercial.

La triangulación de datos obtenidos mediante estas fuentes y técnicas fue determinante para realizar un análisis exhaustivo y garantizar la validez de los resultados, proporcionando una base sólida para plantear recomendaciones orientadas al fortalecimiento de las estrategias de diferenciación y comercialización de productos ecuatorianos en mercados internacionales.

Resultados y discusión

Una vez realizado el análisis de la información obtenida a por medio de las diferentes técnicas de investigación, se ha llegado a la conclusión de que la denominación de origen es un signo distintivo utilizado para proteger a productos con cualidades únicas ligadas al lugar geográfico de su procedencia, mientras en el ámbito comercial una denominación de origen generar un valor adicional al producto, valor que influyen directamente en la decisión de compra del consumidor.

Desarrollar una denominación de origen requiere de tiempo, recursos y la participación articulada de productores, comercializadores nacionales, exportadores, industriales e instituciones gubernamentales, en base a esto podemos notar que el Ecuador está encaminado en fomentar esta herramienta de diferenciación en sus productos agrícolas y artesanales de exportación pero todavía falta; siendo su principal desafío el manejo de un buen sistema de trazabilidad, el cumplimiento de estándares internacionales de calidad, que cada vez son más exigentes, y a esto se suma la existencia de una brecha digital y una economía internacional afectada por la actual crisis sanitaria causada por el Covid 19.

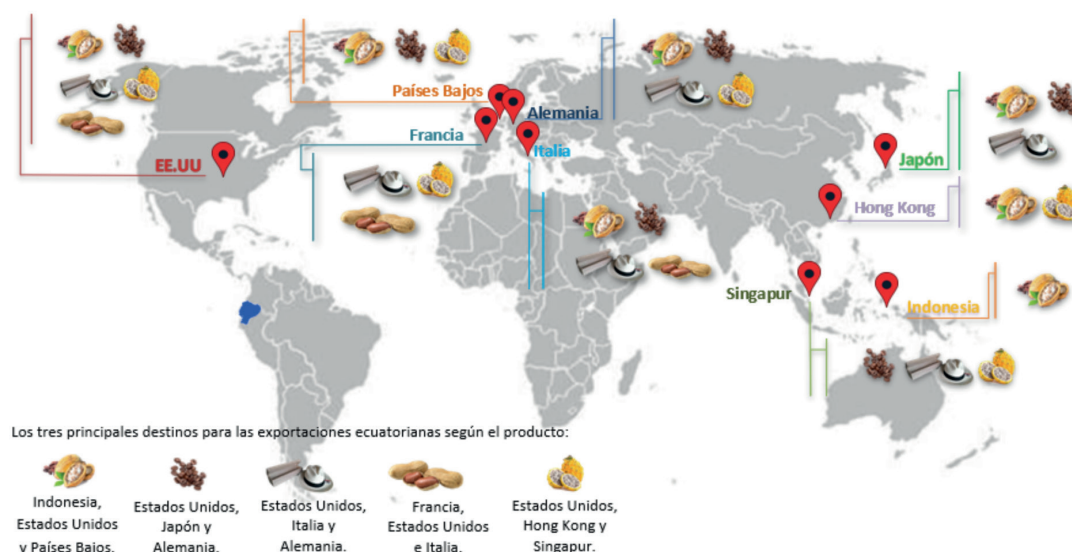
Las exportaciones de productos primarios no petroleros son los que principalmente aportan a la economía ecuatoriana, por lo tanto el análisis de la denominación de origen e indicaciones geográficas en el Ecuador como instrumento de diferenciación y estrategia de comercialización tiene como finalidad conocer la evolución de las exportaciones de Cacao Arriba, Sombrero de Montecristi, Café de Galápagos, Maní de Transkutukú, Pitahaya Amazónica de Palora y Lojano Café de Origen en los últimos cinco años,

identificar mercados potenciales para su comercialización y proponer alternativas para potencializar comercialmente las denominaciones de origen ecuatorianas en el mercado internacional.

Comportamiento del mercado internacional

Figura 4.

Principales destinos de las exportaciones de productos ecuatorianos con denominación de origen



Fuente: Proecuador, 2021

Análisis PESTEL

Al analizar el modelo PESTEL, en el aspecto político se observa que Ecuador mantiene relaciones comerciales consolidadas con diversos mercados como Estados Unidos, Países Bajos, Francia, Alemania, Italia, Japón, Hong Kong, Singapur e Indonesia. Estas relaciones están concentradas en tres bloques principales: Norteamérica, Europa y Asia. Además, mediante decretos, leyes y reglamentos actualizados y reformados en función de las necesidades de los sectores y del país, se han implementado transformaciones dentro de plan de desarrollo del país que han permitido diversificar los mercados. Este enfoque ha contribuido a ampliar e incrementar nuestras oportunidades comerciales. En el caso del Ecuador se vio reflejado entre el año 2007 y 2017 en los planes Nacionales del Buen Vivir.

Ecuador ha optado por una estrategia de especialización enfocada en mercados específicos, priorizando cinco productos principales con alto potencial exportador. Sin embargo, gran parte de sus exportaciones aún depende de mercados desarrollados como Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, lo que representa tanto una fortaleza como un desafío. En este contexto, se identifican importantes oportunidades en mercados emergentes de Asia, donde el crecimiento económico y la demanda de productos diferenciados abren nuevas posibilidades para diversificar y expandir las exportaciones ecuatorianas.

En el aspecto social, Ecuador enfrenta el desafío de adaptar su oferta exportable a las diversas culturas de consumo que caracterizan a los mercados internacionales. Cada región presenta preferencias particulares que influyen en las estrategias comerciales. En Asia, se prioriza la presentación y la exclusividad de los productos, lo que exige un enfoque en el diseño y la diferenciación. En Europa,

los consumidores valoran especialmente el origen y la tradición, destacando la necesidad de resaltar la historia y autenticidad detrás de los productos. Por otro lado, en Estados Unidos se busca una combinación de innovación y autenticidad, lo que implica que la marca país en Estados Unidos es una identidad cultural en constante evolución que refleja la historia, la cultura, la economía y la política del país. Mundiario (2023, párr. 7).

En el ámbito tecnológico, las exportaciones ecuatorianas deben cumplir con estrictos requisitos de trazabilidad, los cuales varían según el mercado de destino. Esto implica implementar sistemas avanzados que permitan garantizar la transparencia y el seguimiento de los productos a lo largo de toda la cadena de suministro. Además, es fundamental contar con sistemas de control de calidad que cumplan con los estándares internacionales, asegurando la competitividad y aceptación de los productos en mercados globales. Por último, la logística especializada desempeña un papel crucial, ya que cada producto y destino requiere soluciones específicas para preservar su calidad, optimizar los tiempos de entrega y reducir costos, fortaleciendo así la posición del país en el comercio exterior.

En los aspectos ecológicos relacionados con los principales destinos de exportación ecuatorianos, es importante considerar las rutas de comercio internacional ya establecidas, que permiten conectar al país con mercados clave de manera eficiente. Sin embargo, el transporte a mercados distantes genera un impacto ambiental significativo, especialmente en términos de emisiones de carbono asociadas con largas distancias. Frente a este desafío, muchos mercados imponen requisitos de sostenibilidad específicos, que varían según la región. Estos incluyen certificaciones ambientales, reducciones en la huella de carbono y el uso de embalajes ecológicos, lo que resalta la necesidad de adoptar prácticas más responsables y sostenibles para mantener la competitividad en el comercio global.

En los aspectos legales, el cumplimiento de las normas de exportación internacionales es un requisito esencial para garantizar el acceso a mercados globales. Cada país destino establece regulaciones específicas que incluyen estándares de calidad, etiquetado, y requisitos sanitarios y fitosanitarios, lo que obliga a los exportadores ecuatorianos a adaptarse a estas normativas para asegurar la aceptación de sus productos. Además, la protección de la denominación de origen en mercados clave, como la Unión Europea y Estados Unidos, es fundamental para resguardar la autenticidad y el valor agregado de productos emblemáticos ecuatorianos, fortaleciendo su posición y diferenciación en un entorno competitivo.

Propuesta de registro internacional de las denominaciones de origen ecuatorianas

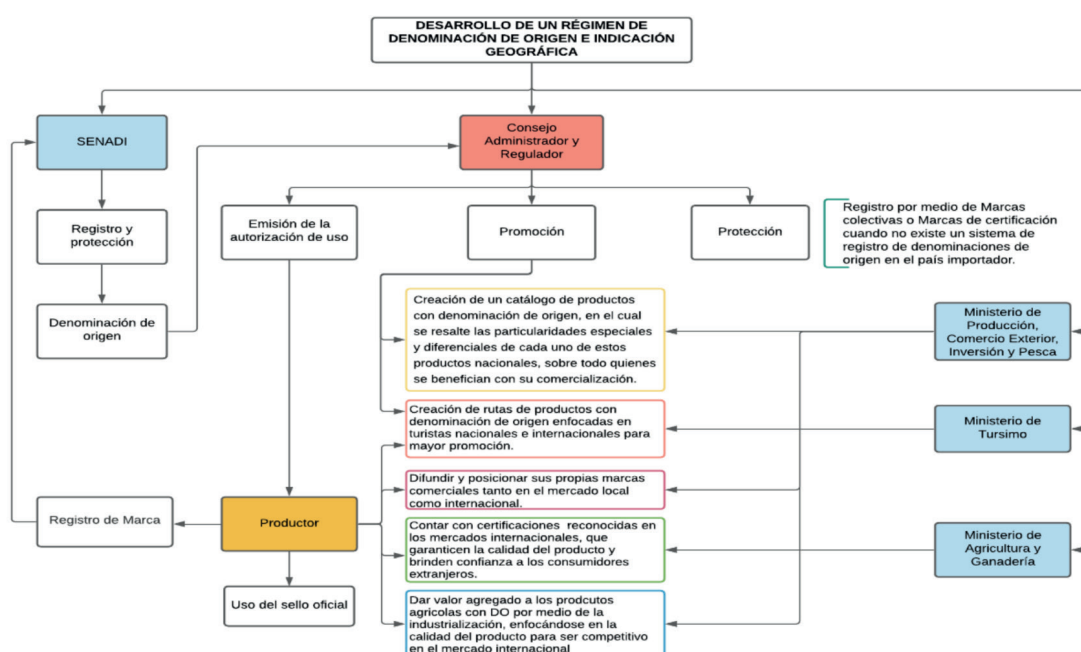
Con el afán de aprovechar las particularidades que ofrece una denominación de origen a los productos agrícolas y artesanales con características vinculadas a la ubicación geográfica, más el potencial comercial que representa el mercado norteamericano para el cacao fino de aromas, el café de especialidades, el sombrero fino de paja toquilla, el maní y la pitahaya; se propone en base al análisis realizado proteger a las denominaciones de origen Cacao Arriba, Sombrero de Montecristi, Café de Galápagos, Maní de Transkutukú, Pitahaya Amazónica de Palora y Lojano Café de Origen y Miske en los Estados Unidos, por medio del registro de marcas colectivas o marcas de certificación, el cual es manejado por la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos (USPTO por su siglas en inglés).

Las Marcas Colectivas y Marcas de Certificación son mecanismos utilizados por países de la Unión Europea para proteger y comercializar sus productos con origen geográfico en jurisdicciones que no poseen un sistema de registro para denominaciones de origen, como es el caso de los Estados Unidos. La propiedad industrial hoy en día es clave en los negocios en especial por la protección contra la competencia desleal, además no se puede olvidar que para posicionar un producto o servicio tanto en el mercado nacional como en el extranjero se lo hace a través de su marca. Por lo tanto, un buen posicionamiento de las denominaciones de origen como marca de calidad diferenciada en el mercado

estadounidense será el resultado de un trabajo articulado y coordinado de los organismos reguladores y de control de las denominaciones de origen, y de las instituciones gubernamentales pertinentes.

En la figura 4 se propone algunas iniciativas que contribuyen a la implementación y desarrollo de las denominaciones de origen ecuatorianas.

Figura 5.
Diagrama de desarrollo de un régimen de denominación de



Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Luego de haber realizado el análisis del comportamiento de las exportaciones ecuatorianas de productos con denominación de origen se terminó que el 84% de las exportaciones de pitahaya provienen de Palora, el 75% de las exportaciones de cacao corresponden a Cacao Arriba, el 33, 41% de café arábigo que se exporta provienen de las provincias de Loja y Galápagos, 30,57% de las exportaciones de maní es Maní de Transkutukú y el 10% de los sombreros de paja toquilla exportados son elaborados en Manabí; las exportaciones de estos bienes han mantenido un crecimiento constante durante el período de estudio, exceptuando el 2020 que debido a la pandemia las ventas internacionales del maní, del sombrero de paja toquilla y del café bajaron, de este grupo de productos solo las exportaciones de café han ido cayendo progresivamente durante el período de estudio.

Al comparar la oferta exportable ecuatoriana de productos con denominación de origen con la de otros países se concluye que son varios los países exportadores y dependiendo el producto los más representativos son Colombia si se trata de café, Argentina si se habla de maní, Ecuador destaca en cacao y sombreros de paja toquilla, con respecto a la pitahaya solo cuenta con la denominación de origen ecuatoriana; estos países destinan recursos humanos, económicos y financieros para mejorar la

capacidad productiva, comercial, financiera y de gestión del sector agroexportador por medio de las distintas instituciones públicas.

Una vez realizado el análisis del comportamiento del mercado para productos con denominación de origen e indicaciones geográficas se identificó a los Estados Unidos como mercado con un gran potencial para productos con características geográficas, saludables, sustentables, ecológicos y orgánicos, tendencia que fue tomando mayor fuerza a raíz de la emergencia sanitaria provocada por el Covid 19; además este país norteamericano es el primera economía mundial, el mayor importador de bienes de consumo y el principal socio comercial para los productos ecuatorianos no petroleros.

Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas son consideradas sellos distintivos o sellos de calidad diferenciada que aportan mucho a la hora de generar valor adicional a productos agrícolas y artesanales con origen geográfico; en el Ecuador estos mecanismos de protección y comercialización se encuentran en etapas iniciales de implementación, considerando que desarrollar correctamente una denominación de origen puede llevar varios años.

Actualmente Ecuador cuenta con cinco denominaciones de origen para productos agrícolas y una denominación de origen para un producto artesanal, de los cuales mediante el Protocolo de adhesión del estado ecuatoriano al Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y Colombia y Perú se ha registrado a Cacao Arriba y Montecristi como Indicaciones Geográficas (IG) en este bloque económico; a la fecha son pocos los productores de productos con denominación de origen que cuentan con una certificación de autorización de uso.

A partir del 2014, el gobierno ecuatoriano viene realizando varias acciones para fomentar e impulsar a nivel nacional la denominación de origen como una herramienta de desarrollo económico para los pequeños productores, siendo la trazabilidad de toda la cadena productiva el principal reto de alcanzar para cumplir con los altos estándares de calidad exigidos en los mercados internacionales; un caso de éxito es el Sombrero de Montecristi que paso de ser una artesanía a ser considerado un artículo de lujo muy valorado en el mercado extranjero.

Recomendaciones

Una de las primeras medidas indispensables es la revisión y actualización de la legislación vigente para fortalecer la protección de las denominaciones de origen. Esto incluye simplificar los trámites para su obtención y establecer mecanismos de control y vigilancia que prevengan el uso indebido de estas denominaciones.

Se debe trabajar en promover la investigación científica para identificar nuevas denominaciones de origen y mejorar la calidad de los productos asociados. Esto requiere la creación y el apoyo de centros de investigación especializados en productos con denominación de origen.

Otro pilar fundamental es diseñar y ejecutar campañas de promoción tanto a nivel nacional como internacional para dar a conocer los productos ecuatorianos con denominación de origen. Estas iniciativas deben incluir la participación en ferias y eventos internacionales para aumentar la visibilidad y posicionamiento de estos productos.

Se debe trabajar en la capacitación y trazabilidad, implementando programas de formación dirigidos a productores, técnicos y funcionarios públicos, enfocados en la importancia de las denominaciones de origen y los requisitos necesarios para su obtención. Asimismo, desarrollar sistemas de trazabilidad que permitan seguir el recorrido del producto desde su origen hasta el consumidor final.

Hay que trabajar en el fortalecimiento de alianzas público-privadas fomentan la colaboración entre los sectores para impulsar el desarrollo y sostenibilidad de las denominaciones de origen. Además, establecer alianzas estratégicas con instituciones internacionales que permitan acceder a financiamiento y asistencia técnica especializada.

Las investigaciones futuras podrían profundizar en el análisis del impacto económico a largo plazo de las denominaciones de origen en comunidades productoras específicas. Asimismo, sería relevante estudiar la percepción de los consumidores y el posicionamiento de marca de estos productos en el mercado internacional.

Además, investigaciones enfocadas en la sostenibilidad y la producción responsable podrían contribuir a fortalecer la imagen de los productos ecuatorianos con denominación de origen con el fin de fortalecer la posición competitiva de Ecuador en los mercados internacionales.

Un reto importante es explorar el potencial de las denominaciones de origen para el desarrollo de nuevos productos y la cooperación internacional que abriría nuevas perspectivas para el sector. La creación de una red institucional es un paso fundamental para garantizar una gestión eficaz de las denominaciones de origen. Sin embargo, es necesario evaluar de manera periódica su funcionamiento para identificar fortalezas, debilidades y áreas de mejora.

Referencias bibliográficas

- Comisión de la Comunidad Intelectuales, S. N. (2023). *SENADI*. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/denominacion-de-origen/>
- OMPI. (6 de Julio de 2021). *wipo.int*. <https://www.wipo.int/lisbon/es/about.html>
- SENADI. (2024). *SENADI*. <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/denominacion-de-origen/>
- Secretaría Nacional de Planificación, 2024. (2024). *planificacion.gob.ec*. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2024/08/RESUMEN-PND-ES.pdf>
- Senescyt. (21 de Febrero de 2019, párr.2). *educacionsuperior.gob.ec*. <https://www.educacionsuperior.gob.ec/sistema-nacional-de-denominaciones-de-origen-busca-impulsar-produccion-nacional/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (27 de Febrero de 2024, párr. 6). *agricultura.gob.ec*. <https://www.agricultura.gob.ec/convenio-interministerial-fomentara-y-protegera-las-denominaciones-de-origen/>
- OMPI. (2017, pág. 48). *Las indicaciones geográficas: introducción*. Ginebra. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/geographical/952/wipo_pub_952.pdf
- OMPI. (2021, pág. 23). *Las indicaciones geográficas: introducción*. Ginebra. <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo-pub-952-2021-es-geographical-indications-an-introduction-2nd-edition.pdf>
- OMPI. (4 de Julio de 2024, párr. 3). *wipo.int*. https://www.wipo.int/geo_indications/es/
- WIPO. (2020, pág.18). *What is intellectual property?* Ginebra. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_450_2020.pdf
- FAO. (09 de enero de 2025, pág.11). *fao.org*. https://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Santiago/Documentos/Estudios%20de%20caso/Cacao_Ecuador.pdf
- WIPO. (2020). *What is intellectual property?* Ginebra. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_450_2020.pdf
- Senescyt. (21 de Febrero de 2019). *educacionsuperior.gob.ec*. <https://www.educacionsuperior.gob.ec/sistema-nacional-de-denominaciones-de-origen-busca-impulsar-produccion-nacional/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (27 de Febrero de 2024). *agricultura.gob.ec*. <https://www.agricultura.gob.ec/convenio-interministerial-fomentara-y-protegera-las-denominaciones-de-origen/>
- Mundiario. (17 de Abril de 2023). *mundiario.com*. https://www.mundiario.com/articulo/marca-pais/marca-pais-ee-uu-identidad-cultural-constante-evolucion/20230417140255267025.html?utm_source=chatgpt.com
- OMPI. (4 de Julio de 2024). *wipo.int*. https://www.wipo.int/geo_indications/es/
- OMPI. (2017). *Las indicaciones geográficas: introducción*. Ginebra. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/geographical/952/wipo_pub_952.pdf

- FAO. (09 de enero de 2025). *fao.org*. https://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/Santiago/Documentos/Estudios%20de%20caso/Cacao_Ecuador.pdf
- González, P. (23 de enero de 2025). Comunidad Andina tiene 52 productos con denominación de origen, conozca cuáles son de Ecuador. *PRIMICIAS*, págs. 1-5. <https://www.primicias.ec/economia/comunidad-andina-productos-denominacion-origen-ecuador-81080/>
- Andina, C. d. (14 de septiembre de 2000). *Régimen Común sobre Propiedad Industrial Comisión de la Comunidad Andina*. Propiedad intelectual: https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/decision_486.pdf
- World Intellectual Property Indicators (2020). Patents https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_941_2020.pdf
- Comisión de la Comunidad Andina, r. (14 de septiembre de 2000). *Régimen Común sobre Propiedad Industrial*. Propiedad Intelectual: https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/decision_486.pdf