



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

**LAS DENOMINACIONES DE
ORIGEN EN CASTILLA Y LEÓN.**

D.O.P RUEDA.

CAROLINA ZORRILLA BAJO

VALLADOLID, JUNIO 2021



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2020/2021

TRABAJO FIN DE GRADO

**LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN EN
CASTILLA Y LEÓN.
D.O.P RUEDA.**

**Trabajo presentado por: CAROLINA ZORRILLA
BAJO**

Tutor: OLATZ RETORTILLO ATIENZA

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, JUNIO DE 2021



ÍNDICE

1. Introducción.....	4
1.1 Objetivos del estudio	5
1.2 Metodología	5
2. Marco teórico de las Denominaciones de Origen.....	6
2.1 Los orígenes de las D.O.....	6
2.2 Concepto de Denominación de origen.....	8
2.3 Principales elementos de las D.O.	9
a) Área geográfica.....	9
b) Productos	10
c) Calidad y características especiales. La reputación del producto.....	11
d) Vínculo entre los principales elementos esenciales.	12
2.4 Distinción entre los diferentes sellos de calidad.	13
2.4.1 Denominación de Origen Protegida (DOP)	13
2.4.2 Indicación Geográfica Protegida (IGP).....	14
2.4.3 Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)	14
2.4.4 Marcas.....	16
2.5 Diferencias y similitudes entre una DOP, una IGP y una ETG.....	16
3. Legislación vigente de las Denominaciones de origen	17
3.1 Normativa internacional	17
3.2 Normativa nacional.....	19
4. Solicitud de registro y su anulación.	21
5. Infracciones y sanciones.....	26
6. Relevancia jurídica y económica.	29
6.1 Entorno jurídico.....	29
6.2 Entorno económico.....	34
7. Vinos Denominación de Origen en Castilla y León.	37
7.1 Análisis jurídico y económico.....	41
7.2 Dominación de Origen Rueda.	45
7.1.1 Contextualización	45
7.1.2 ¿Qué hace diferente a la D.O Rueda del resto de vinos?	45
8. Conclusiones	49
Bibliografía	51

RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Resumen

En este trabajo se pretende hacer un estudio sobre las Denominaciones de Origen económica y legalmente en el ámbito nacional e internacional. Además, se ha hecho una distinción entre el resto de las figuras de calidad. Para ello se ha escogido una de las Denominaciones de Origen Protegidas más conocidas en la Comunidad castellanoleonesa y cuyo nombre es Rueda.

Palabras clave: Denominación de Origen – Zona geográfica – Productos vitivinícolas – Rueda – Consumidor

Abstract

This dissertation aims to carry out a study on Designations of Origin economically and legally at the national and international level. In addition, a distinction has been made between the rest of the quality figures. For this, one of the most well-known Protected Designations of Origin in the Castilian-Leon community has been chosen, whose name is Rueda.

Key Words: Designations of Origin – Geographic Zone - Wine Products – Rueda – Consumer

1. Introducción.

Las Denominaciones de Origen (D.O) constituyen un papel valiosísimo tanto en la economía, como en la cultura y en la sociedad, ya que presentan un sello de calidad diferenciada frente a los productos de la misma clase. Es por ello por lo que cada año se presentan más solicitudes para obtener dicho certificado.

Con el paso del tiempo, las D.O han ido creciendo y han acabado abarcando gran parte del mercado alimenticio. Así pues, una de las finalidades que presentan estas etiquetas es su aproximación a una mayor cuota de mercado; objetivo que han llegado a conseguir en nuestro país.

No obstante, todos aquellos productos que quieren obtener la Denominación de Origen deben pasar un riguroso control, ya que la principal finalidad de este es asegurarse de que todos los productores cumplen con las condiciones establecidas por los Consejos Reguladores para así poder garantizar esa calidad en los productos.

España cuenta en la actualidad con 97 D.O registradas, de las cuales 70 pertenecen al sector vitivinícola y, de estas, 13 están vinculadas a la comunidad castellanoleonesa, siendo así la segunda Comunidad Autónoma española con más D.O.

A nivel nacional, España es uno de los principales países productores de vino, específicamente es el tercer país a nivel mundial, el primer exportador en volumen (hectolitros) y el tercero en valor (en euros). Gracias a estos buenos datos estadísticos, consiguen generar empleo en varios sectores, no solo en agricultura, sino también en industria, turismo y hostelería, y luchar contra el despoblamiento de todo el medio rural. Así pues, cada vez más se consume el conocido “enoturismo”.

Además de tener la suerte de vivir en un país con una amplia variedad de uva, podemos hablar también de que estos productos tienen una visión innovadora en el futuro, pudiendo reconocer cada vino y su exquisita calidad frente al resto.

Por ello, con este trabajo se pretende visualizar la importancia de las Denominaciones de Origen, sobre todo de las vitivinícolas, tanto en la economía como en su materia legal, a nivel nacional e internacional, y resaltar lo que producen en el consumidor final.

1.1 Objetivos del estudio

Los objetivos de dicho estudio son los siguientes:

1. Analizar los aspectos fundamentales de las Denominaciones de Origen, así como las principales diferencias y similitudes con el resto de los signos distintivos.
2. Identificar y conocer la normativa vigente y derogada a nivel nacional e internacional.
3. Analizar jurídica y económicamente el sector vitivinícola en la Comunidad Autónoma de Castilla y León.
4. Aplicación de dichos objetivos a la Denominación de Origen Rueda.

A partir de los anteriores objetivos y el posterior cumplimiento de estos, se ha plasmado la siguiente estructura para este *Trabajo Fin de Grado*, dividiéndose de la siguiente manera. En primer lugar, se ha realizado un análisis de las Denominaciones de Origen, ya que es la base de este proyecto, diferenciándolas del resto de las figuras de calidad como las Indicaciones Geográficas de Procedencia (IGP) o la Espacialidad Tradicional Garantizada (ETG), para su previo estudio económico y jurídico, a nivel nacional e internacional. En segundo lugar, me he centrado en analizar el sector vitivinícola en la Comunidad de Castilla y León, utilizando como referente para su mejor comprensión la Denominación de Origen Protegida Rueda. Y, para finalizar, comentaré las conclusiones obtenidas a lo largo de dicho trabajo.

1.2 Metodología

La metodología obtenida para el estudio y análisis de dicho trabajo se ha conseguido a través de la investigación en diferentes documentos y artículos de revista actualizados, páginas web conocidas como la del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la Conferencia Española de

Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECERV) o la legislación obtenida en el BOE o en los reglamentos de la Unión Europea.

2. Marco teórico de las Denominaciones de Origen.

2.1 Los orígenes de las D.O.

Las denominaciones de origen surgen con el motivo de que no fuera leal que los productos provenientes de una zona se presentaran como que habían sido elaboradas en otras. (Roubier, 1954)¹ Por esta razón, los primeros en utilizar la figura de las denominaciones de origen fueron los franceses, ya que, además, se encontraron con la necesidad de crear unos derechos a favor de los productores vitivinícolas.

Así es como iniciaron un proceso regulador de un derecho en exclusiva o monopolio para los titulares de las denominaciones de origen.²

Los orígenes de esta figura, a nivel internacional, se encuentran en la Ley del 28 de julio de 1824, con el objetivo de proteger a las D.O, unido a su nombre comercial. Durante esta primera normativa no se tenía tan en cuenta la calidad del producto, algo muy diferente a la actual, y con ella se sancionaba el uso de nombres de fabricantes o el lugar de producción que no fuera real.

Más adelante, por motivos de la filoxera³, se vieron obligados a reforzar la protección de las D.O y desde este momento se empezó a utilizar la nueva normativa: Ley del 6 de mayo de 1919.⁴

En cambio, en España no surge el término Denominación de Origen hasta hace un siglo, motivo por el cual se creó para diferenciar los diferentes y prestigiosos vinos de la zona. (Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECERV), 2019)⁵

¹ ROUBIER, P., (1954) Le Droit de la Propriété Industrielle, Partie spéciale.

² ROUBIER, P. Op. cit. p. 753.

³ Una plaga de insectos de color amarillo provenientes de Estados Unidos.

⁴ ROUBIER, P, Op. cit. p. 753.

⁵ El origen de las DDOO. (Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECERV), 2019)

Fue a finales del siglo XIX cuando se empezó a poner en valor todos aquellos productos elaborados y producidos en una zona o país concreto. No solo les permitió que fueran reconocidos por su especial calidad, sino que también les permitió distinguirlos de la competencia, siendo así de un valor superior al resto.

De tal manera diferentes países se dieron cuenta de que los productos ligados a un origen presentaban mayor potencial, dando así lugar al primer acuerdo internacional, en 1891, sobre el registro de marcas o más conocido como Arreglo de Madrid.⁶ Más adelante, se han ido sustituyendo por otros acuerdos mucho más protectores como el Arreglo de Lisboa, adoptado en 1958, revisado en 1967 en Estocolmo y entrado en vigor en septiembre de 1966. Actualmente este tratado está dirigido por la Oficina Internacional de Denominaciones de Origen y expone que:

Se concluyó para atender la necesidad de disponer de un sistema internacional que facilitara la protección de una categoría especial de ese tipo de indicaciones geográficas, es decir, las “denominaciones de origen”, en países distintos del país de origen mediante su registro en la Oficina Internacional de la OMPI. (OMPI, 1966)⁷

La primera Ley de Propiedad Industrial fue la del 16 de mayo de 1902. En ella se establecieron unas normas basadas en el principio de veracidad, en la importancia de no inducir a error al consumidor y en la definición de indicación de procedencia. (Botana Agra, 2001)⁸ Posteriormente, se modificó y se estableció el Estatuto de la Propiedad Industrial, en el que se reforzó los aspectos señalados anteriormente y se incluyeron unos límites para el registro de las marcas geográficas.⁹

Por otro lado, con motivos de la aparición de las primeras D.O nacidas a principios del siglo XX, entre ellas las de vino de países como Francia, España e Italia, y con el amplio interés por el comercio exterior, se

⁶ CECRV. Op. cit. Nota 5.

⁷ Objetivos principales del Arreglo de Lisboa. Punto 7. (OMPI, 1966)

⁸ (Botana Agra, 2001) Las denominaciones de origen.

⁹ Botana Agra. Op. cit. p. 71-72

impulsó la promulgación del Real Decreto del 21 de agosto de 1888, “en el cual se dispone que el Gobierno establecerá en París, Londres y Hamburgo estaciones enotécnicas, con objeto de promover, auxiliar y facilitar el comercio de vinos españoles puros y legítimos.” (Montero García-Noblejas, 2016)¹⁰

Como en otros países, España tenía la necesidad de establecer una ley que protegiera las producciones locales; por ello, se intenta realizar la promulgación del sector vitivinícola por primera vez en 1932, dando lugar al Estatuto del Vino y surgiendo así denominaciones de origen como la de Málaga, Tarragona, Alicante, Valencia, Jerez o Rioja.

Pero con el paso del tiempo, los avances tecnológicos y el crecimiento de la rama de la agricultura, fue insuficiente en el entorno de la Comunidad Económica Europea, por lo que se promulgó la Ley 25/1970, del 2 de diciembre, consolidándose así el Estatuto de la Viña, del Vino y de los Alcoholes, protegiendo no solo a los vinos, sino también a todos los alimentos.¹¹

En la actualidad España cuenta con 70 denominaciones de origen, cada una de ellas cuenta con su propio Consejo Regulador que defiende, normaliza y aplica reglamentos y normas de calidad, pero más adelante se profundizará en ello.

2.2 Concepto de Denominación de origen.

Para comprender mejor las denominaciones de origen se muestran, a continuación, las diferentes definiciones existentes.

Según el Diccionario panhispánico del español jurídico la denominación de origen “es un signo distintivo de carácter geográfico utilizado para singularizar aquellos productos agroalimentarios que deben su calidad exclusiva o primordialmente al lugar en el que se producen y elaboran.” (Diccionario panhispánico del español jurídico, 2020)

¹⁰ Montero García-Noblejas, M. (2016). Denominaciones de origen e indicaciones geográficas. Tirant lo Blanch. p. 24.

¹¹ Montero García-Noblejas, M. Op. Cit., p.24.

Por otro lado, el Arreglo de Lisboa junto con la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) define este concepto en su artículo 2.1 de la siguiente manera: “se entiende por denominación de origen 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.”¹² (OMPI, 1966)

Incluir también que, según la enciclopedia jurídica, en derecho mercantil se entiende por denominación de origen “el nombre de la región, lugar, comarca, o localidad, empleado para designar un producto procedente de la zona, dotado de cualidades diferenciales debidas principalmente al medio natural y a su proceso de producción.” (Enciclopedia jurídica, 2020)

Hay que añadir que muchas veces se utiliza por error el término indicaciones geográficas en lugar de denominación de origen, ya que parece un concepto similar, pero presenta ciertas diferencias. Más adelante se presentarán estas distinciones.

2.3 Principales elementos de las D.O.

Tal y como se plasma en la definición de denominaciones de origen según el Tratado de Lisboa, estas presentan unos elementos esenciales cuya finalidad es diferenciarlos de aquellos productos que no lo son.

a) Área geográfica

Con área geográfica nos referimos al país, región o localidad del que proviene y es originario ese producto, sin estar necesariamente reconocida de manera oficial. Igualmente, no existe la necesidad de que los productos provengan de cada rincón de esa región para que sean aptos para aplicar en sus etiquetas la denominación. Al igual que porque sea famosa no significa que identifique el producto de más de un lugar geográfico.

¹² Art. 2.1 del Arreglo de Lisboa (OMPI, 1966)

Por ello, es importante no confundir la denominación de origen con el género del propio producto. (Tamayo Muñoz, 2002)¹³

Así mismo, el lugar debe de tener unas características especiales en su suelo, clima y flora, y estas presentan intromisión en las calidades, características o reputación del producto determinado.

Hay que resaltar que no se debe impulsar por parte de un tercero el uso de una denominación de origen, ya que son características especiales de ese sitio y su utilización puede inducir a error, además de ser un acto de competencia desleal. Por ejemplo, “Champaña Española”, ya que la palabra Champagne es una región de Francia.

En ocasiones ocurre que el nombre geográfico pasa a utilizarse como expresión genérica y vulgar del producto, como pasó con la expresión “*vermouth*”. Por ello, la Comisión de la Comunidad Andina de Naciones estableció en el artículo 202 b) de la Decisión 486 que no se podrán declarar denominación de origen aquellas “que sean indicaciones comunes o genéricas para distinguir el producto de que se trate, entendiéndose por ello las consideradas como tales tanto por los concedores de la materia como por el público en general”. (ACPI, 2016)

Igualmente, tampoco se podrá registrar como denominación de origen cuando induzca a error al consumidor por el verdadero origen del producto, bien sea de una variedad vegetal o de una raza animal.

Por último, no se registrará las denominaciones homónimas que también induzcan a error en el consumidor por pensar que los productos son originarios de otro territorio.

b) Productos

Por definición legal, las denominaciones de origen no se aplican a servicios, pero en contra posición, diremos que los nombres geográficos aplicados a servicios tienen una protección independiente. Entre estas se

¹³ Tamayo Muñoz, Guillermo. La denominación de origen y su relación con otros signos distintivos, 2002. p.100.

encuentras las marcas de certificación, las marcas colectivas y la protección de las indicaciones de procedencia.

- En el Reglamento sobre la marca de la UE se define la **marca de certificación** como una marca que:

Permita distinguir los productos o servicios que el titular de la marca certifica por lo que respecta a los materiales, el modo de fabricación de los productos (...) u otras características, con excepción de la procedencia geográfica, de los productos y servicios que no posean esa certificación. (Europea, 2017, pág. 38)

- Podrán constituir «**marcas colectivas de la Unión Europea**» aquellas marcas de la Unión al verificarse la presentación de la solicitud y que sean convenientes para distinguirlas de productos o servicios de la UE, frente a los de otras empresas (Europea, 2017, pág. 36)

- La **protección de una indicación geográfica** permite tomar medidas a aquellos que sí tienen derecho a utilizarla contra terceros que no lo tienen y que obtienen un beneficio por la reputación de otros. La protección también impide el registro por un tercero y limita el riesgo de que la indicación se convierta en un nombre genérico.

c) Calidad y características especiales. La reputación del producto.

Como se ha venido diciendo, para que un producto obtenga la figura de calidad diferenciada necesita cumplir con dos condiciones principales:

- Debe estar compuesta por el nombre de un lugar o región geográfica del país.
- Que con el nombre se elija el producto originario de esa región geográfica.

Además, el producto debe presentar unas características y calidades especiales que lo hagan diferente respecto al resto de productos de su mismo género. Entre estos factores nos podemos encontrar los naturales como la composición del suelo, su temperatura, la humedad, e incluso la altitud

y el clima. Pero también factores humanos como su tradición y costumbre, si se han utilizado procesos especiales o no, y la especialización en un determinado arte u oficio.

Entre las diferentes definiciones que existen de denominación de origen se puede observar que la palabra reputación está muy nombrada, por lo que podemos concluir que la reputación del producto es un elemento esencial y por lo que vale la pena hablar.

Con reputación nos referimos al buen hacer de los productores, bien sea por la calidad de sus productos o la publicidad realizada sobre él. De esta manera, se ven beneficiados frente a otros productores, gracias al buen trabajo realizado.

d) Vínculo entre los principales elementos esenciales.

Es realmente importante hablar del vínculo que se debe establecer entre los productos y su lugar de producción, así como entre la calidad y su reputación, ya que estas son imputables fundamentalmente al lugar de origen.

Siempre que se mantenga una relación constante entre el nombre del producto y su localidad de producción, existirá la Denominación de origen. Pero para ello también es fundamental que el producto se utilice de continuo en el mercado, al igual que para poder denominar sus características y calidades, e incluso su reputación.

Una de las claras diferencias entre Denominación de Origen Protegida (DOP) e Indicación Geográfica Protegida (IGP) son estos vínculos, pero en el siguiente punto se hablará de ello en profundidad.

2.4 Distinción entre los diferentes sellos de calidad.

2.4.1 Denominación de Origen Protegida (DOP)

La Denominación de Origen Protegida es el nombre de un área, lugar específico, o en caso excepcionales, el nombre de un país, utilizado como denominación de un producto agrícola, que proviene de tal área, lugar o país, cuya calidad o propiedades están determinadas significativa o exclusivamente por el entorno geográfico, incluidos los factores naturales y humanos, y cuya producción y elaboración tiene lugar dentro del área geográfica determinada.¹⁴

En otras palabras, para recibir la categoría de DOP, todo producto debe ser fabricado, es decir, preparado, procesado y producido, tradicional y completamente dentro de la región específica, adquiriendo propiedades únicas. Claros ejemplos los tenemos en España con jamones como DOP Jabugo o DOP Guijuelo, quesos como DOP Cabrales, o vinos tales como DOP Ribeiro o DOP Ribera del Duero.



Ilustración 1. DOP Jamón Jabugo



Ilustración 2. DOP Queso Cabrales



Ilustración 3. DOP Ribeiro

¹⁴ Definición obtenida del Arreglo de Lisboa. Art. 2.1

2.4.2 Indicación Geográfica Protegida (IGP)

Tal y como se presenta en el Reglamento CE 1151/2012, la Indicación Geográfica Protegida es el nombre de una zona, lugar específico o, en casos excepcionales, el nombre de un país, utilizado como descripción de un producto agrícola o alimenticio, que proviene de tal área, lugar o país, que tenga una determinada calidad, fondo de comercio u otra propiedad o característica, atribuible a su origen geográfico, y que en la zona se desarrolla al menos una de las etapas de producción, elaboración o preparación.

Es decir, para recibir la categoría de IGP, todo producto debe ser tradicional y al menos parcialmente fabricado dentro de la región específica y así adquirir propiedades únicas.

Son Indicaciones Geográficas Protegidas tales como Carne de Ávila o de Cantabria, Cecina de León o Chorizo de Cantimpalos.



Ilustración 4 IGP Carne de Ávila



Ilustración 5 IGP Cecina de León

2.4.3 Especialidad Tradicional Garantizada (ETG)

La Especialidad Tradicional Garantizada tiene como objetivo proporcionar un régimen de protección para productos alimenticios tradicionales de carácter específico.

Es decir, para calificar un producto como ETG un alimento debe ser de "carácter específico" y sus materias primas, método de producción o procesamiento deben ser "tradicionales".

- Nos referimos con carácter específico a los atributos de producción característicos que distinguen claramente un producto de otros similares de la misma categoría.

- Tradicional se define como uso probado en el mercado interno por un periodo que permite la transmisión entre generaciones. Este periodo debe ser de al menos 30 años.

Por lo tanto, como explica (Ministerio de Agricultura, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, pág. 2), para que el nombre de un alimento pueda registrarse como Especialidad Tradicional Garantizada debe:

- a) Haberse utilizado tradicionalmente para hacer referencia al producto específico, o
- b) Identificar el carácter tradicional o específico del producto.

Un ETG crea un derecho exclusivo sobre el nombre del producto registrado, en consecuencia, el nombre del producto registrado solo puede ser utilizado por aquellos productores que se ajusten al método de producción registrado y las especificaciones del producto.

La función legal del ETG es certificar que un producto agrícola en particular posee objetivamente características específicas que lo diferencian de todos los demás de su categoría, y que sus materias primas, composición o método de producción han sido consistentes por un mínimo de 30 años.

Por lo tanto, las denominaciones de alimentos ETG son signos comerciales registrados con una función distintiva.¹⁵

Por ejemplo, la Gueuze, una cerveza tradicional producida fundamentalmente en Bruselas y los alrededores de Bélgica, se obtiene por fermentación espontánea. Como se trata de una Especialidad Tradicional Garantizada, su método de producción está protegido, pero igualmente la cerveza se puede seguir produciendo en otros lugares.

¹⁵ Reglamento (UE) n. 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo. Título III sobre ETGs.

2.4.4 Marcas

Las marcas son los signos distintivos de los productos o servicios de un empresario que sirven para diferenciar en el tráfico mercantil los bienes y servicios de otros idénticos o similares procedentes de los demás.

Existen marcas de fábrica como *Bang & Olufsen*, marcas de comercio como *El Corte Inglés* y marcas de servicio como *Samsung*. Pero también pueden coexistir marcas idénticas para diferentes bienes o servicios, siempre y cuando estas no induzcan a error en el consumidor. Por ejemplo, *Iberia* como línea aérea o *Iberia* como marca de televisores.

Por lo tanto, su principal diferencia con las denominaciones de origen es que estas se centran en diferenciar productos alimenticios y agrícolas, y las marcas se refieren a toda clase de productos y servicios.

2.5 Diferencias y similitudes entre una DOP, una IGP y una ETG.

Existen dos claras semejanzas entre una DOP y una IGP:

- Por un lado, podemos saber que ambas poseen un nombre el cual identifica al producto originario de un lugar específico.
- Por otra parte, existe en ambas una relación causa-efecto entre las características y el lugar geográfico del producto al cual nos referimos.

Entre las diferencias podemos destacar las siguientes:

- Durante las fases de producción, un producto con denominación de origen deberá realizarse completamente en la zona geográfica establecida; mientras que en un producto con indicación geográfica de procedencia solo será necesario que se realice una de ellas.
- El vínculo entre las características del producto y el lugar geográfico donde se produce es diferente para una DOP que, para una IGP, ya que para que un producto obtenga la denominación de origen es fundamental la zona geográfica, pero para que obtenga la Indicación Geográfica de Procedencia solamente se necesita que sus características, cualidades o reputación corresponda al lugar geográfico.

- Las DOP y IGP protegen al nombre con el cual identificamos al producto, mientras que las ETG protegen los métodos de producción. Por eso la particularidad de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas de procedencia es el origen del producto; sin embargo, en las ETG es su carácter tradicional.

- Por otro lado, las DOP y las IGP componen el derecho a la propiedad intelectual. En cambio, las ETG otorgan el derecho a insertar en el etiquetado del producto la indicación “Especialidad Tradicional Garantizada”.

Estas diferencias no las hace ni mejor ni peor entre la elección de un producto con DOP de otro con IGP. Simplemente se trata de unos regímenes de calidad que protegen los productos tanto agrícolas como alimenticios y cuya calidad diferenciada se debe al origen.

3. Legislación vigente de las Denominaciones de origen

En cuanto a la legislación que se aplica a las denominaciones de origen nos encontramos con dos tipos de normas:

- a) Normas internacionales.
- b) Normas nacionales. Y dentro de estas existen normas asumidas por las Comunidades Autónomas y normas establecidas por los órganos de la UE, en la cual hay una fragmentación dependiendo de los productos regulados, es decir, si son vinos y bebidas con origen en la uva, bebidas espirituosas o productos agrícolas y alimenticios.

3.1 Normativa internacional

En el derecho internacional relativo a las D.O se aplican las normas que están recogidas en el Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial.

Como se dijo anteriormente en el apartado 2, el primer acuerdo internacional fue el Arreglo de Madrid, sustituido más adelante por el Arreglo de Lisboa, adaptado, revisado y finalmente, entrado en vigor en 1966, el cual se

dirige fundamentalmente a las D.O. Lo que se quería conseguir con esta normativa comunitaria era una solución uniforme y un régimen propio en lo que se refiere a estos signos distintivos.

Por tanto, en el ámbito comunitario nos encontramos con las tres siguientes normativas vigentes actualmente:

1. Reglamento (CE) núm. 1151/2012, de 21 de noviembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.

Antes de que entrase en vigor este Reglamento, estaba vigente el Reglamento (CE) núm. 510/2006 del Consejo, de 20 de marzo de 2006, sobre la protección de las denominaciones de origen de los productos agrícolas y alimenticios, pero fue derogado.

El presente Reglamento tiene como objetivos ayudar a los productores de productos agrícolas y alimenticios a informar a los consumidores de las características de dichos productos, garantizándoles siempre información fiable, competencia leal entre los productores y respeto de los derechos de la P.I.¹⁶

2. Reglamento Delegado (UE) núm. 664/2014 de la Comisión, de 18 de diciembre de 2013. Este reglamento es complementario del anterior y en él se detalla determinadas normas sobre la procedencia, el procedimiento y las disposiciones transitorias adicionales de las D.O, así como el establecimiento de símbolos de la Unión Europea para ellas.

3. Reglamento (CE) núm. 110/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de enero. Anterior a este Reglamento entró en vigor el Reglamento (CEE) núm. 1576/89 del Consejo, pero fue derogado y sustituido por el presente, en el que tratan lo relativo a la definición, designación, presentación, etiquetado y protección de la indicación geográfica de bebidas espirituosas.

¹⁶ Reglamento (CE) núm. 1151/2012, de 21 de noviembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios. Art. 1. Título I.

3.2 Normativa nacional.

Mientras tanto, el ámbito estatal está regulado por las siguientes normativas, todas ellas son delegación exclusiva del Estado, ya que, a lo largo del tiempo, las Comunidades Autónomas (CCAA) han ido asumiendo diversas competencias.

El derecho español comenzó regulado bajo la Ley 25/1970 del Estatuto de la Viña, del Vino y los Alcoholes. En principio fue aplicable a los productos vitivinícolas, aunque con el paso de los años se fue extendiendo a otros productos.¹⁷

Cuando España ingresó en la CE se tuvo que decretar una nueva normativa adaptada a la comunitaria; es decir, al Reglamento 1493/1999 del Consejo del 17 de mayo se promulgó la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino.¹⁸ En esta nueva normativa, que tenía como objetivo la regulación jurídica adaptada a la de la UE, se incluyeron aspectos anteriores sobre el sector vitivinícola.

Hay que hacer especial mención a la promulgación de la Ley 6/2015, del 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito supraautonómico, ya que se estableció un ordenamiento jurídico adicional al Derecho de la UE, independientemente del producto utilizado.

Por tanto, se aplica dicha normativa cuando los productos pertenecieran a más de una CCAA.¹⁹ En el caso de que se vieran afectadas varias CCAA simultáneamente, serán estas quienes establezcan los mecanismos que crean convenientes para el adecuado ejercicio de las respectivas competencias, pudiendo designar a un único órgano en lo relativo a los trámites administrativos.²⁰

¹⁷ BOE núm. 291, de 5 de diciembre de 1970.

¹⁸ BOE núm. 165, de 11 de julio de 2003.

¹⁹ BOE núm. 114, 13 de mayo de 2015. Art. 1.

²⁰ BOE núm. 114, 13 de mayo de 2015. Art. 5.

Dicha ley se estableció con el objetivo de proteger tanto al productor como al consumidor, garantizar la especificidad del producto agrario o alimentario y proporcionar un instrumento clave para diferenciar unos productos de otros, para así fortalecer la competencia leal y efectiva de los productos vitivinícolas, las bebidas espirituosas y aromatizadas y otros productos de origen agrario o alimentario.²¹

Además, como novedad en la Ley 6/2015, según lo establecido en el artículo 15, los nombres provenientes de una DOP no se podrán utilizar como dominio de internet, salvo que su titular contenga los derechos necesarios sobre el nombre y lo utilice como promoción o comercialización de productos no amparados. Los nombres objeto de una DOP están siempre protegidos ante estas situaciones.²²

En conclusión, en el derecho mercantil español nos encontramos con las siguientes normativas vigentes actualmente aplicables a las DOP:

1. **Ley 6/2015**, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.

2. **Ley 24/2003**, de 10 de julio, de la Viña y el Vino, parcialmente modificada mediante la **Ley 62/2003**, de 30 de diciembre, de medidas fiscales, administrativas y del orden social (disposición adicional vigésima séptima y disposición transitoria sexta) y previamente modificada por **Ley 6/2015**, de 12 de mayo.

3. **Orden de 25 de enero de 1994** por la que se precisa la correspondencia entre la legislación española y el Reglamento (CEE) 2081/92, en materia de Denominaciones de Origen de los productos agroalimentarios.

4. **Real Decreto 1335/2011**, de 3 de octubre, por el que se regula el procedimiento para la tramitación de las solicitudes de inscripción de las Denominaciones de Origen protegidas.

²¹ BOE núm. 114, 13 de mayo de 2015. Art. 9.

²² BOE núm. 114, 13 de mayo de 2015. Art. 15, apartado 4.

4. Solicitud de registro y su anulación.

En España, la solicitud de registro de una DOP pueden hacerla las organizaciones, sea cual sea su forma jurídica. Es decir, aquellas agrupaciones de productores o transformadores en el producto agrícola o alimenticio. Sin embargo, si se desea hacer una solicitud individual por personas físicas o jurídicas, deberán cumplir las siguientes condiciones²³:

- En el momento de presentar la solicitud, la persona física o jurídica debe ser la única en la zona geográfica delimitada. Esto no impide que en el futuro exista un nuevo solicitante.
- Debe visualizarse correctamente el vínculo existente entre la producción y la zona delimitada, ya que, si estos no se ven reflejados, tampoco existirían las técnicas tradicionales del lugar geográfico.
- Tanto las características de la zona como las del producto deben de ser diferentes de las demás.

La solicitud se presenta dependiendo del medio al que afecte la DOP o al órgano competente de su correspondiente CCAA. Puede ocurrir que afecte a una única CCAA o que afecte a varias. En este último caso, se solicitará directamente al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA).

Mientras se presenta la solicitud y se inscribe la DOP, el solicitante puede obtener la denominada protección nacional transitoria. Como bien dice la palabra, se trata de una protección que se solicita a través de la Consejería que corresponde al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. Tiene carácter voluntario y con ella el solicitante goza de una protección únicamente a nivel nacional, de forma temporal, hasta que se proteja a nivel comunitario. Para que ello, el proceso comienza con la presentación de la solicitud de registro de la denominación en el registro comunitario, acogiéndose siempre al Reglamento CEE 2081/1992 (de Mendizábal, 2004, pág. 859)

²³ Excepcionalmente consideramos como agrupación a una persona física o jurídica.

Para que un producto consiga la etiqueta del producto deberá ajustarse como mínimo a las siguientes condiciones²⁴:

- El nombre como denominación de origen que vaya a utilizarse y en el idioma correcto.
- La descripción del producto con sus características principales, tanto físicas como químicas o microbiológicas.
- La acotación del lugar geográfico.
- Los elementos que prueben que el producto tiene origen en ese lugar geográfico.
- Los elementos que acreditan el enlace entre el producto y la zona geográfica.
- La descripción de cómo se obtiene el producto, así como toda la información necesaria sobre su envasado, métodos locales, etc., que garantizan el control u origen de la zona geográfica, así como de su calidad.
- Nombre y dirección de las autoridades u organismos encargados de comprobar el cumplimiento de estas condiciones
- Posibles requisitos dependiendo de la Comunidad Autónoma.
- Cualquier norma específica de etiquetado para el producto que solicita la DOP.

Una vez la solicitud del producto haya sido reconocida en el país originario, se podrá solicitar ante la Oficina Internacional de la OMPI, siempre y cuando se adapte a lo dispuesto con el artículo 2.1 del Arreglo de Lisboa.²⁵

En el momento del registro, presentada por la Administración nacional del país de origen del producto, se registrará en nombre de las personas físicas o jurídicas con derecho a utilizar la denominación en el país,

²⁴ Reglamento (CE) núm. 1151/2012, de 21 de noviembre, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios. Art. 7. Título I.

²⁵ Artículo 2.1 del Arreglo de Lisboa: “Se entiende por denominación de origen 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.”

así como el producto en cuestión, su área de producción y la base jurídica. Todo ello deberá ir en español, francés o inglés y acompañada de la tasa de registro que tiene un precio de 500 francos suizos (450€).

A continuación, la Oficina Internacional realizará el llamado “examen de forma”. Este consiste en observar si el producto contiene alguna irregularidad. En caso de ser así tendrán 3 meses máximo para subsanarlo. En cambio, si el producto cumple con lo establecido, la Oficina Internacional inscribirá la denominación de origen en el Registro Internacional y lo notificará a las Administraciones nacionales de los países miembro de la Unión de Lisboa, como así estableció la OMPI. (WIPO, 2020)

Una vez el producto hayan sido incorporado en el Registro comunitario de DOP, según lo establecido en el Reglamento (CE) 1151/12, deberá de figurar en la etiqueta el símbolo de la Unión Europea (EU).



Ilustración 6: Etiquetado Denominación de Origen

Podrá figurar en el etiquetado lo siguiente:

- Las abreviaturas “DOP” o la referencia “Denominación de Origen Protegida”.
- Una imagen del lugar geográfico de origen.
- Referencia textual, gráfica o simbólica del lugar exacto donde se ubique dicha zona geográfica.
- Lo nombrado hasta ahora podrá figurar en el caso de aquellos productos procedentes de terceros países, distribuidos con un nombre inscrito en el registro.

Después de haber sido inscrito, los nombres registrados estarán protegidos contra²⁶:

- a) cualquier uso comercial de manera directa o indirecta de un nombre registrado en productos no acogidos en el registro;
- b) cualquier uso ilícito, plagio o evocación, incluso indicando el correcto lugar de procedencia de los productos o servicios o si el nombre protegido se traduce o se acompaña de expresiones como «estilo», «tipo», «método», «producido como en», «imitación» o similares, aun cuando esos productos se utilicen como ingredientes;
- c) cualquier otro tipo de indicación falsa sobre la procedencia, el origen, naturaleza o características esenciales del producto, utilizado en el envase o embalaje, en la publicidad o en los documentos relativos al producto en cuestión;
- d) cualquier otro caso que pueda inducir a error al consumidor.

En España fue dictado el RD 1335/2011, de 3 de octubre, modificado por el RD 149/2014, de 7 de marzo, adaptado a lo establecido en los Reglamentos CE núm. 1151/2012 y núm. 1308/2013, para regular dicho procedimiento de tramitación de solicitudes para la inscripción de los productos como Denominaciones de origen.

Con motivos de garantizar que los productos que quieren conseguir esa “etiqueta” sobre la calidad diferenciada de su producto cumplen con los requisitos mínimos, se establece un Consejo Regulador. En el derecho español, esta función siempre ha sido asumida por estos, pero a lo largo del tiempo y por motivos de las modificaciones de la normativa comunitaria, se ha procedido a la sustitución del Consejo Regulador por empresas o entidades, siempre y cuando sean de carácter privado.

²⁶ Art. 13.1. Reglamento UE núm. 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo.

En lo que se refiere al control oficial según lo dispuesto en la Ley 6/2015, en España esto es competencia del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, pero el sistema de control para cada DOP será establecido previa consulta a la entidad de gestión.²⁷

En contraposición, tal y como se establece en el Reglamento delegado núm. 644/2014 de la Comisión Europea, los Estados miembros podrán presentar solicitudes de anulación por propia iniciativa²⁸ y también a solicitud de cualquier persona física o jurídica que tenga un interés legítimo²⁹, siempre y cuando:

- no esté asegurado el cumplimiento de lo dispuesto en el pliego de condiciones.
- cuando un producto no se comercialice al amparo de la denominación de origen protegida durante al menos siete años.

En ambas situaciones nos admite que estaríamos ante un caso de caducidad por falta de uso, con independencia de las sanciones que acarrearían los productos por el incumplimiento del pliego de condiciones.

Además, la Comisión también podrá presentar la solicitud de anulación como petición de los productores del producto comercializado bajo el nombre que quieren anular.

Hay que añadir que las declaraciones motivadas de oposición en las que se pida una anulación únicamente serán admisibles si demuestran el uso comercial continuado de la denominación registrada por una persona interesada.³⁰

Una vez la anulación haya surgido efecto, la Comisión deberá eliminar el nombre del Registro Comunitario, circunstancia que se aplica para

²⁷ BOE núm. 114, de 13 de mayo de 2015. Art. 22. Cap. V.

²⁸ Art 7.2 del Reglamento delegado núm. 644/2014 de la CE, con arreglo al artículo 54, apartado 1, párrafo primero, del Reglamento (UE) no 1151/2012.

²⁹ Art 54.1 del Reglamento CE núm. 1151/2012.

³⁰ Art. 7.4 del Reglamento delegado núm. 644/2014 de la CE.

todos los productos, aunque solo se establezca bajo normativa para los productos alimenticios.³¹

Por ello, se estableció como objetivo de poder presentar la anulación garantizar la seguridad jurídica de que todas las partes tengan la oportunidad de defender sus derechos y sus legítimos intereses.³²

5. Infracciones y sanciones.

El ejercicio de la potestad sancionadora corresponde al Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, pero si se encuentran alguno de los siguientes casos, trasladarán la potestad a las autoridades competentes³³:

- control del riesgo para la salud tanto de personas como de animales o vegetales y del medio ambiente;
- cumplimiento de la legislación en materia de calidad comercial o consumo.

Los funcionarios, como agentes de la autoridad, realizarán las inspecciones correspondientes con total libertad, entrando directamente a las explotaciones, locales, instalaciones y medios de transporte, así como pedir y/o visualizar la documentación administrativa, industrial, mercantil y contable de cada una de las empresas inspeccionadas, siempre y cuando lo consideren necesario. Estos siempre estarán obligados a mantener el secreto profesional, ya que en caso de no hacerlo serán sancionados.³⁴

Entre las infracciones que se pueden interponer existen tres tipos:

³¹ Art. 14.4 del Reglamento de ejecución CE núm. 668/2014.

³² Art 54.2 del Reglamento CE núm. 1151/2012.

³³ Art. 26.2 y 26.3 Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico. Capítulo VI.

³⁴ Art. 27 Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico. Capítulo VI.

- Infracciones leves, entre otras:
 - o No presentar los registros o documentos necesarios en el momento de la inspección.
 - o Errores, inexactitudes, documentación de acompañamiento, declaraciones, etc., que en el momento de la inspección no supere el 5% entre lo correcto e incorrecto.
 - o Los datos modificados no tengan un retraso de más de un mes desde que se fijó el plazo para su comunicación.
 - o Suministro incompleto a la Administración competente.
 - o Expresión distinta a la indicada en el pliego de condiciones.
 - o Aplicación diferente a la indicada legalmente.

- Infracciones graves, entre otras:
 - o Documentación errónea, omitida o inexacta que afecte a las características de los productos.
 - o Documentación perceptiva que supere el 5% entre lo correcto e incorrecto de la información escrita.
 - o Retraso de más de un mes en las anotaciones y en la presentación de la documentación.
 - o Incumplimiento a la hora de suministrar información a la Administración competente, así como la aportación de los datos falsos y la oposición a las inspecciones necesarias.
 - o Etiquetado, publicidad y presentación de los productos sin cumplir las normas establecidas, induciendo a error al consumidor.

- Infracciones muy graves, entre otras:
 - o Negación absoluta a las inspecciones correspondientes, así como suministrar la información que el agente de la autoridad considere necesario en dicho momento.
 - o Utilización, cuando no tengan derecho, de nombres, marcas, símbolos, etc., referidos a otros nombres acogidos por una D.O, que puedan confundir al público, aunque sean parecidos gráfica o fonéticamente.
 - o La indebida utilización de los símbolos identificativos de la D.O expuestos en el pliego de condiciones. Para esta infracción exclusivamente se establece un margen del 3%.

- Ausencia en las etiquetas de los productos agroalimentarios de D.O de los elementos necesarios para diferenciar su origen y su calificación, con el objetivo de evitar que el consumidor induzca a error.

El responsable máximo de estas infracciones será quien haya participado en las mismas. En el caso de ser varios los responsables y de no saber el grado de participación de cada uno, responderán todos de manera solidaria, tanto a la infracción como a la sanción interpuesta. Hay que destacar que todos los responsables de las infracciones, determinadas por los organismos competentes, están obligados a indemnizar los daños y perjuicios causados a la persona perjudicada.³⁵

Cuando se esté ante un caso de falsificación de etiquetas, la responsabilidad será de quien las haya falsificado, así como del comercial de los productos que conocía esta negligencia. En el caso de los técnicos responsables de la elaboración de los productos también responderán por estar relacionado con su actividad profesional.

La sanción por infracción leve es de hasta 2.000€, por infracción grave es desde 2.000,01€ hasta 30.000€ y por infracción muy grave es desde 30.000,01€ hasta 300.000€, “pudiendo rebasarse este importe hasta alcanzar el valor del beneficio ilícito obtenido o de las mercancías o productos objeto de infracción, correspondiente al ejercicio económico inmediatamente anterior al de la iniciación del procedimiento sancionador”. (España, 2015, pág. 19)³⁶

Estas sanciones pueden verse reducidas en un 50% solo cuando de la situación económica del infractor se observara que es muy costosa para él en lo que se refiere al volumen o al valor de los productos afectados, al volumen de ventas o producción y al lugar en el que se encuentra

³⁵ Art. 33 Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico. Capítulo VI.

³⁶ Art. 34.3 Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico. Capítulo VI.

la empresa en el momento de la infracción, no se hubieran producido onerosos efectos perjudiciales en el consumidor y no existiera vuelta atrás.³⁷

Cuando se esté ante una infracción grave realizada por un operador y afecte a la D.O se puede imponer como sanción la pérdida durante un máximo de 3 años del uso de estas. En el caso de ser una infracción muy grave, la pérdida será de máximo 5 años.³⁸

6. Relevancia jurídica y económica.

6.1 Entorno jurídico

Desde un punto de vista jurídico nos podemos preguntar quién es el titular de la Denominación de Origen ¿el empresario? ¿el Estado? La respuesta a estas preguntas dependerá de la legislación en cada país y tal y como nos presentan en España, se hace referencia a los dos siguientes artículos:

Según el artículo 12 (1) de la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico, “los nombres protegidos por estar asociados con una DOP o IGP supraautonómica son bienes de dominio público estatal que no pueden ser objeto de apropiación individual, venta, enajenación o gravamen.”

Pero en el artículo 12 (2) se resalta que, aunque dicho nombre sea propiedad del Estado, no podrán negar su uso a cualquier persona física o jurídica, siempre y cuando cumpla con los requisitos establecidos para la D.O, excepto cuando exista una sanción por la pérdida temporal del nombre u otras causas legales establecidas previamente.³⁹

³⁷ Art. 34.4 Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico. Capítulo VI.

³⁸ Todas las sanciones previstas en la Ley 6/2015, de 12 de mayo, serán compatibles con la pérdida o retirada de derechos económicos.

³⁹ Según el artículo 12 (2) de la Ley 6/2015, de 12 de mayo, de Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.

Por lo tanto, es evidente que el empresario titular de la denominación obtiene esa autorización para poder utilizarla y de esta manera estar protegida por el Estado para no perder la identidad exclusiva de su lugar de origen.

Además de proteger a los productores frente a otros que utilicen los mismos productos, pero en diferentes lugares geográficos, también se pretende proteger al consumidor, garantizándole una calidad mínima, constante y unas características propias del producto; y al mercado, ya que está expuesto a verse implicado en un caso de competencia desleal. (Wolters Kluwer, s.f.)

Para aclarar lo anterior, se va a hacer un análisis de la protección jurídica de las D.O, ya que su protección determinará tanto el ámbito como el contenido de la protección.⁴⁰

Las principales funciones de las denominaciones de origen son las siguientes:

- i. Función de protección. Con esta función se pretende proteger todo signo distintivo, tanto lo que representa como la función que cumple.
- ii. Función de garantía y de origen, aproximándolas más a las marcas de garantías.
- iii. Función iniciadora de la calidad, garantizando unas características comunes constantes y un nivel de calidad.

A diferencia de las marcas que presentan la función de indicadoras del origen empresarial, las D.O no se centran en un empresario en concreto, sino en el conjunto de productores autorizados a emplearlas. Estos se pueden ir alternando a lo largo del tiempo, dependiendo de los que estén unidos a una concreta D.O.

Sin embargo, al consumidor no le importa de qué empresario proviene un determinado producto. Lo que le importa es que le presente la calidad y garantía que el producto en cuestión ha obtenido. Incluso, no le importa pagar más por aquellos productos que de verdad muestran una calidad constante.

⁴⁰ Montero García-Noblejas, M. Op. Cit., p.38

- iv. Función *goodwill*⁴¹ de los productos entre los consumidores, manifestándose de manera que se muestra las preferencias de los consumidores frente a los productos, generándose así una nueva compra.

Hay que destacar que las funciones anteriores las cumplen los signos distintivos como las marcas o las Indicaciones Geográficas, no solo las Denominaciones de Origen.

- v. Función de tradición. Esta función solo se aprecia en las D.O y por eso la diferencia de los demás signos distintivos.

Las Denominaciones de Origen no se registran *ex novo*⁴². Si se quiere adquirir el derecho de exclusiva, se necesita previamente la existencia y tradición relacionada con el origen geográfico, y este unido a la materia prima y a la reputación, según el signo distintivo. De esta manera, con el derecho de exclusiva, el producto tiene una protección especial por su fama previa.

Pero existe un inconveniente frente a este derecho, ya que se debe definir qué tipo de fama/reputación es necesaria para poder conseguir dicho derecho. Además de que esto es perjudicial para el sistema de mercado y el principio de libre competencia.

Por lo tanto, debería exigirse un ínfimo grado de calidad y de conocimiento de los productores frente a sus productos, o incluso, dependiendo del nivel de calidad y de reputación, se podría establecer una serie de grados de protección.⁴³

- vi. Principio de veracidad. Consiste en informar al consumidor del origen geográfico y la calidad que tiene cada producto, ya que cada vez son más los consumidores que demandan productos locales que sean auténticos.

En conclusión, podemos distinguir tres finalidades presentadas por la regulación jurídica de las D.O:

⁴¹ Del inglés, buena fama.

⁴² Del latín, de nuevo.

⁴³ Montero García-Noblejas, M. Op. Cit., p.135

- Fomentar la diversificación de la producción agrícola para conseguir un equilibrio entre la oferta y la demanda.
- Presentar al consumidor una información de mejor calidad, evitando las falsas y engañosas. Razones por las cuales hoy en día nos encontramos con un consumidor que presta más importancia a la calidad del producto y por ello, exige más información de cara a posibles engaños. No solo por esto, también se hace para que el consumidor compre el producto con más conocimiento de la información.
- Proteger del mercado y de la competencia a las denominaciones de origen.

En cualquier caso, no olvidar que productos como el vino tienen un régimen jurídico más claro, con ciertas peculiaridades frente a otros productos no agrícolas. Hay que destacar también que gracias a este signo distintivo el producto podrá ser distinguido de los demás por ser un bien de calidad.

Por otra parte, nos encontramos en el ámbito internacional, como se ha dicho anteriormente, con el Reglamento (CE) número 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo en el que tratan el término evocación, bastante importante en lo referido a este tema.

Se hace referencia a dicho término en el artículo 13 del mencionado Reglamento en el que se expone lo siguiente:

Los nombres registrados estarán protegidos contra (...) b) cualquier uso indebido, imitación o evocación, incluso si se indica el verdadero origen de los productos o servicios o si el nombre protegido se traduce o se acompaña de expresiones tales como «estilo», «tipo», «método», «producido como en», «imitación» o expresiones similares, incluso cuando esos productos se utilicen como ingredientes. (EUR-Lex, 2012, pág. 13)

El concepto evocación se incluye en el momento en el que el consumidor ve el nombre del producto y piensa, como imagen de referencia, el beneficio que él ha obtenido por la consumición de esa denominación. Pero

también puede haber evocación aun cuando no haya peligro en la confusión entre varios productos.

Para ello el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha establecido dos requisitos en el momento que exista evocación alguna de una D.O:

- Que el término utilizado incorpore una parte de la denominación.
- Que cuando el consumidor vea el nombre del producto piense en el beneficio que se le atribuye por el consumo de tal denominación.

Hace relativamente poco, el TJUE tuvo que pronunciarse debido a que el concepto de evocación estaba trayendo diferentes controversias, pues no se sabía si dicho término podía extenderse a un supuesto en el que, a pesar de no presentar igualdad fonética o visual en el producto con Denominación de Origen, el consumidor pensaría en la mercancía de la cual se beneficia por dicha denominación.

El TJUE, que es quien establece las reglas, estableció pues que dicho asunto era delegación de un juez nacional y que este deberá tener en cuenta si en el momento en el que se ve el nombre del producto, esto lleva a pensar al consumidor en el beneficio de la mercancía del producto.

Finalmente, la conclusión del TJUE para la determinación del concepto evocación, el criterio determinante es:

Si la visión de la determinación lleva al consumidor a pensar directamente, como imagen de referencia, en la mercancía que se beneficia, extremo que el juez nacional deberá apreciar tomando en consideración, en su caso, la incorporación parcial de una IGP en la denominación impugnada, la semejanza fonética o visual o incluso la proximidad conceptual entre la referida denominación y la indicación mencionada, tal y como expone (Pomares Caballero, 2019, pág. 105)

Más adelante, el Tribunal Supremo español planteó la siguiente cuestión al TJUE: si cuando se trata de una DOP de naturaleza geográfica y tratándose de los mismos productos o productos comparables, la utilización de

signos que evoquen la región a la que está vinculada la DOP, puede tratarse de evocación de la propia DOP.

A lo cual el Abogado General Pitruzzela añadió que:

Permitir el uso de tales elementos evocadores por parte de productores asentados en la región lesionaría los derechos que deben reservarse a los productores que se hayan esforzado en obtener un nivel de calidad que les permita utilizar la DOP, exponiéndolos a sufrir las consecuencias de actos de competencia desleal que, precisamente por provenir de productores establecidos en la misma área geográfica, son potencialmente más nocivos (Pomares Caballero, 2019, pág. 106)

Por lo tanto, el juez nacional deberá basarse en la reacción del consumidor para garantizar la protección de las denominaciones, siempre y cuando este establezca una relación directa y unívoca con los productos y sean sus elementos principales los primeros que se le venga a la mente cuando se hable de dicha denominación.

6.2 Entorno económico

Para aquellos productores que obtienen en sus productos una etiqueta de Denominación de origen logran que el consumidor final adquiera plena confianza en ellos por tener un producto de primera calidad, generando así unos beneficios que empiezan por el interés del consumidor, llegando incluso a mejorar su introducción al mercado.

Esto hace que no solo los productos que obtienen dicho signo salgan favorecidos, sino también su lugar de procedencia y los elementos culturales utilizados durante el proceso de la elaboración.

Como refleja (Arancibia Obrador, 2016, pág. 3), la D.O permite al productor y al país de origen adquirir una posición ventajosa frente a otros en el mercado, ya que pueden sacarle el máximo provecho en lo que se refiere a la naturaleza y el conocimiento humano tradicional.

Desde la perspectiva social, como consecuencia de la función de tradición, el sector agrícola, y en especial las zonas de montaña, obtienen un beneficio por ser las más desfavorecidas en el país, ya que se recompensa a los productores de la zona y se les otorga unos niveles de calidad superiores.

Puesto que todo esto supone una ventaja para la economía del país, el Estado será el primero en proteger los derechos de la Propiedad Industrial. Siendo así que la gastronomía y el patrimonio cultural del país también saldrán beneficiarios.

Por esto decimos que las D.O crean beneficios sociales, tales como la mejora en la calidad de vida de los habitantes de la localidad del producto, transformándose en una mayor recompensa por los productos elaborados, así como en la conservación de los conocimientos tradicionales de su modo de elaboración. Incluso a través de la D.O la localidad se puede convertir en punto turístico, otro de los beneficios económicos de esta etiqueta.

Desde otra perspectiva como es la del marketing, Bello⁴⁴ demuestra que las denominaciones de origen juntamente con la marca de la empresa son utilizadas para el beneficio de las economías de escala⁴⁵. De esta manera se reconoce una aplicación inmediata en la ejecución de estrategias de diferenciación individual y colectiva, basadas en la calidad del producto, frente a las estrategias de competencia en el precio.

Podemos decir que es erróneo que las D.O sean marcas de garantía, principalmente porque el objetivo de las denominaciones es el beneficio de los productores, protegiendo a estos frente a todo. En cambio, las marcas de garantía tienen como objetivo principal el beneficio de los consumidores.

Las D.O también cumplen normas de calidad del producto y de proceso, permitiendo a los consumidores obtener la mejor calidad posible. A su

⁴⁴ Bello Acebrón & Gómez Arias, 1996. Las denominaciones de origen y otras señales de calidad en las estrategias de diferenciación de los productos agroalimentarios. Una propuesta metodológica. Cuadernos Aragoneses de Economía Vol 6 nº 2.

⁴⁵ Se entiende por economía de escala aquella que alcanza la empresa en un momento óptimo. Es decir, puede producir poco a poco a menor coste. La empresa crece y el coste/ud se disminuye.

vez, evitan riesgos indicados en las teorías de Porter, de la competencia monopolística y de la especificidad del producto por su carácter colectivo. Por esto, procuran obtener una rentabilidad tanto del consumidor como del productor.

El mercado de las D.O se diferencia por su variedad de productos heterogéneos, como los vinos, lo que les beneficia que el consumidor obtenga una amplia gama de productos que cubran sus necesidades. Sin embargo, esta heterogeneidad tiene como resultado negativo el aumento del coste de elección y diferenciación.

Para el consumidor, una variada gama de productos le genera más satisfacción, ya que esta está vinculada a la cantidad de posibles productos a elegir, con un coste asociado al proceso de selección. Pero su respuesta no es tan sencilla: deben optar entre estar satisfechos y pagar más o menos por el producto elegido.

Gracias al “boca a boca” del público, la confianza de la que se hablaba al principio y el prestigio que obtiene un producto por llevar impreso la etiqueta que representa que se ha obtenido la denominación, serán puntos clave para ayudar al público a elegir entre los productos, así como a multiplicar sus ventas.

Después de analizar el aspecto económico de las Denominaciones de origen, como concluye (Tamayo Muñoz, 2002, pág. 104) “(...) constituyen un valiosísimo instrumento para conseguir el mejoramiento de los productos y promoción de las exportaciones, aspecto que igualmente genera consecuencias importantes en la esfera del público consumidor y en el mercado”

Rematar que en las D.O en la estrategia de diferenciación de los productos no existe monopolio, sino competencia relativa entre las empresas que participan en ella. Por ello, una denominación de origen debe satisfacer alguno de los siguientes puntos, ya que en caso contrario podrá impedir su uso comercial pero no evitará que otras empresas se instalen en zonas para producir o elaborar unos productos similares (Barco Royo, 2007, pág. 36):

- Ofrecer al consumidor un valor superior al de otros productos alternativos, ya sea porque su coste es menor o porque proporciona más satisfacción.
- Tener base de diferenciación difícilmente imitable.
- Ser una economía viable.
- Tener reconocimiento internacional para evitar conflictos con el resto de los productos en el comercio mundial.

7. Vinos Denominación de Origen en Castilla y León.

Después de hacer un análisis sobre el significado de las denominaciones de Origen, así como sus características y el proceso que deben de pasar los productos, se analizará en concreto el vino D.O en la zona castellanoleonesa.

Castilla y león, formado por las siguientes 9 provincias Ávila, Burgos, León, Palencia, Salamanca, Segovia, Soria, Valladolid y Zamora, en 2019 tuvo una superficie total de viñedos de 69.970 hectáreas (ha), según datos oficiales del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, de las cuales alrededor del 60% pertenecen a las D.O y el 40% restante al resto de las zonas vitícolas.

Castilla y león es una de las regiones vitivinícolas españolas con más Denominaciones de origen, detrás de Castilla La Mancha que cuenta con 20. Este sector presenta un total de 650 bodegas y 19.000 trabajadores. Gracias a ellos, cuentan con un volumen de negocio de 1.000 millones de €, siendo así el primer sector agroalimentario de dicha comunidad en exportación con más de 215 millones de €, según datos oficiales de la Junta de Castilla y León.

Por ello, Castilla y León se muestra como un pilar fundamental en el progreso del medio rural, ya que ha creado empleo y una población mucho más constante. En lo referido a este sector, esta comunidad autónoma se ha convertido en uno de los mejores exponentes de calidad de sus productos.

España suma un total de 97 D.O registradas en la Unión Europea, de las cuales 13 pertenecen a Castilla y León. Tal y como se refleja en la siguiente imagen las D.O están repartidas por toda la comunidad, pero se centran sobre todo en la zona de la capital, Valladolid.



Como se puede observar en la siguiente tabla entre las diferentes denominaciones de origen se encuentran algunas de las más nombradas como Ribera del Duero, Bierzo o Rueda.

Tipo de indicación	Nombre	Término tradicional ⁴⁶	N.º de expediente asignado por la comisión
DOPs	Arlanza	DO	PDO-ES-A0613
	Arribes	DO	PDO-ES-A0614
	Bierzo	DO	PDO-ES-A0615
	Cabreros	VC	PDO-ES-02348
	Cigales	DO	PDO-ES-A0622
	León	DO	PDO-ES-A0882
	Ribera del Duero	DO	PDO-ES-A0626
	Rueda	DO	PDO-ES-A0889

⁴⁶ La expresión "Denominación de Origen Protegida" en ocasiones es sustituida en el etiquetado por los siguientes Términos Tradicionales: DOCa: "Denominación de Origen Calificada"; DO: "Denominación de Origen"; VP: "Vino de Pago"; VC: "Vino de Calidad".

	Sierra de Salamanca	VC	PDO-ES-A0631
	Tierra del Vino de Zamora	DO	PDO-ES-A0634
	Toro	DO	PDO-ES-A0886
	Valles de Benavente	VC	PDO-ES-A0646
	Valtiendas	VC	PDO-ES-A0747

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de (Ministerio de Agricultura, Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación)

Cada una de estas denominaciones presentan a su vez una variedad de vino en los que se distinguen blancos, tintos y rosados, dependiendo siempre de la uva, aunque esto no es lo único que los hace diferente. Todos los vinos que presentan el signo distintivo tienen una serie de beneficios frente al resto:

- Son auténticos del lugar geográfico del que provienen.
- Presenta al consumidor una calidad garantizada.
- Tienen un sabor característico.
- Hacen de la zona de producción un lugar emblemático. Es decir, del lugar geográfico del que proviene dicho vino, atraen a turistas a visitar sus bodegas y a practicar el conocido “turismo enológico”.
- El beneficio explicado anteriormente también favorece la economía de la zona.
- Al existir una amplia variedad de uvas, existen diferentes sabores, lo que le hace que el consumidor pueda elegir entre sus gustos.

- “Win to win”⁴⁷. Es decir, todas las partes, tanto productores como consumidores, ganan. El productor obtiene un rendimiento gracias a la compra del consumidor, e igualmente este consume uno de los vinos de calidad que existe en el mercado.

7.1 Análisis jurídico y económico.

Por un lado, hay que destacar que la normativa nacional que se aplica a los productos vitivinícolas es especial. En principio se aplicó la normativa correspondiente a la Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, en la que disponía que para los vinos de calidad producidos en una región determinada existían los siguientes niveles: vinos de calidad con indicación geográfica, con Denominación de Origen, con Denominación de Origen calificada y vinos de pagos.⁴⁸

Con el paso del tiempo derogaron el Título II de la correspondiente Ley 24/2003, de 10 de julio, de la Viña y del Vino, con sus propios artículos, ya que era incompatible con el Reglamento (CE) núm. 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de diciembre de 2013, por el que se crea la organización común de mercados de los productos agrarios y por el que también derogan los Reglamentos (CEE) núm. 922/72, (CEE) núm. 234/79, (CE) núm. 1037/2001 y (CE) núm. 1234/2007.⁴⁹

Por tanto, actualmente regulan los siguientes términos para todos los vinos acogidos a una denominación de origen⁵⁰:

- “Vino de tierra”: sólo podrá figurar cuando esté recogido a una IGP.
- “Vino de calidad de” sólo podrá figurar cuando esté recogido a una DOP y se identificarán a través de la expresión «vino de calidad de...», seguida del nombre del lugar geográfico donde se produzcan y elaboren.

⁴⁷ En español en una negociación significa “ganar-ganar”.

⁴⁸ BOE núm. 165, de 11 de julio de 2003. Ley 24/2003. Título II. Art. 12-32.

⁴⁹ BOE núm. 114, de 13 mayo de 2015. Ley 6/2015.

⁵⁰ Todos los siguientes términos sólo podrán figurar en un vino perteneciente a una de las categorías 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 15 y 16 del anexo VII, parte II, del Reglamento (UE) 1308/2013, de 17 de diciembre.

- “Denominación de origen”: sólo podrá figurar cuando esté recogido a una DOP y cumplan una serie de requisitos, tal como el lugar geográfico de dicha denominación de origen, deberá tener un reconocimiento previo como ámbito geográfico de un vino de calidad con indicación geográfica previa de mínimo cinco años.

- “Denominación de origen calificada”: sólo podrá figurar cuando esté recogido a una DOP y se cumplan, además de los requisitos exigidos en el apartado anterior, entre otros, los siguientes:
 - a) La DOP deberá haber utilizado obligatoriamente en sus vinos el término «denominación de origen» durante un mínimo de diez años.

 - b) Los vinos deberán estar embotellados exclusivamente por bodegas inscritas en el órgano de gestión de la DOP y situadas en el lugar de origen definido.

 - c) Las bodegas inscritas en el órgano de gestión de la DOP (...) solo deberán tener entrada de uva procedente de viñedos inscritos o mostos o vinos originarios de otras bodegas también inscritas en la misma DOP, y en ellas se deberá elaborar o embotellar exclusivamente vino con derecho a la misma.

- “Vino de pago”: sólo podrá figurar cuando esté recogido a una DOP, y se cumplan, entre otros, los siguientes:
 - a) Los vinos deberán ser elaborados y embotellados por aquellas personas físicas o jurídicas que tengan la titularidad de los viñedos en el pago⁵¹, o excepcionalmente, en bodegas próximas a estos, siempre y cuando la Autoridad competente lo autorice.

 - b) La uva destinada a estos tipos de vinos estará obligada a tener origen en los viñedos situados en el pago, al igual que

⁵¹ Paraje o sitio rural con características edáficas y de microclima propias que lo diferencian y distinguen de otros de su entorno.

deberán elaborarse, almacenarse y criarse separada del resto de vinos.

- c) Para la elaboración de estos vinos se utilizará un sistema de calidad integral, aplicándose desde la producción de la uva hasta la comercialización del vino. Para ello, deberá cumplir, al menos, los requisitos exigidos a las Denominaciones de Origen Calificadas.

Respecto a la legislación vitivinícola internacional, todo ello queda recogido y plasmado en el Reglamento UE núm. 1308/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, creándose de tal manera una organización común del mercado agrario en la que se incluye una sección relacionada con unos programas de apoyo a dicho sector, revisables cada cinco años, y cuentan con fondos propios de la UE, concretamente del Fondo Europeo de Garantía Agraria (FEAGA). Actualmente, España cuenta con el Programa de Apoyo al Sector Vitivinícola Español (PASVE) 2019-23 destacando las siguientes medidas financiadas, pero todas deberán cumplir una serie de requisitos:

- Promoción de vinos de la UE en los Estados miembros.
- Reestructuración y reconversión del viñedo
- Inversiones
- Destilación de productos

Además de participar el MAPA, también cuentan con el apoyo del Fondo Español de Garantía Agraria O.A (FEGA), que colabora con las CCAA, coordinando a los organismos pagadores. En el caso de promocionar la empresa un vino en un país cualquiera, el FEGA podrá actuar, a su vez, como organismo pagador.

A nivel económico, Castilla y León es una de las regiones vitivinícolas españolas con más denominaciones de origen, detrás de Castilla La Mancha que cuenta con 20. Este sector presenta un total de 650 bodegas y 19.000 trabajadores. Gracias a ellos, cuentan con un volumen de negocio de 1.000 millones de €, siendo así el primer sector agroalimentario de dicha comunidad en exportación con más de 215 millones de €, según datos oficiales de la Junta de Castilla y León.

Con respecto a la producción de vino en España, nuestro país se encuentra a nivel mundial entre los primeros productores, detrás de Francia e Italia. En 2019 se produjo 37, 2 millones de hectolitros, siendo esta cantidad un 26% menor que la campaña de años anteriores.

Los más de 37 millones de hectolitros se reparten entre las diferentes CCAA, siendo Castilla La Mancha la que más obtuvo (54%), delante de Cataluña (9%), Extremadura (8%), la Comunidad Valenciana (7%) y Castilla y León y La Rioja (5% respectivamente).

En cuanto a la superficie, en hectáreas (ha), de vino en España, en la actualidad contamos con casi 700.000 dedicadas a la producción de vino. Respecto a otros países, España es el mejor para la dedicación a dicho campo por su maravilloso clima.

En la siguiente tabla se puede observar las diferentes CCAA por encima de las 50.000 ha durante 2019 en comparación con 2018. Castilla y León presenta un buen dato, ya que se sitúa en la tercera de la lista, detrás de Castilla La Mancha y Extremadura, y obtuvo en 2019 un 2,3% más de superficie total respecto a 2018.

Comunidad Autónoma	2019	ha en 2018
Castilla La Mancha	468.027 ha	-1,2%
Extremadura	85.785 ha	-0,7%
Castilla y León	69.970 ha	+2,3%
Comunidad Valencia	60.927 ha	-0,6%
Cataluña	56.422 ha	+0,8%
La Rioja	52.789 ha	+0,2%

Fuente: Elaboración propia. Datos obtenidos de (Agronews, 2020)

7.2 Dominación de Origen Rueda.

7.1.1 Contextualización

La denominación de Origen Rueda se crea el 12 de enero de 1980 por orden del Ministerio de Agricultura y está formada por 74 municipios de Castilla y León, situados más concretamente en Valladolid, Segovia y Ávila. Pero sus principios remontan a la Edad Media, durante el reinado de Alfonso VI, momento en el que la uva Verdejo llega a España desde el norte de África a repoblar la cuenca del Duero. Aunque no es hasta el siglo XIV, con los Reyes en Valladolid, cuando alcanza el auge máximo.

El siglo XIX es un periodo beneficioso para dicho vino, ya que comienza la exportación con países como Francia, Inglaterra o Cuba, todo ello gracias a la invención del ferrocarril.

Más tarde, en 1911, se declara Orden Real al “Vino de Medina” como vino especial. Por ello, en 1980 se crea la D.O, siendo la primera en la Comunidad Autónoma. Hay que destacar que tres años antes de reconocerla como D.O, tuvo lugar la constitución del Consejo Regulador provisional. Estos eran quienes se encargarían de elaborar los primeros reglamentos de dicha denominación.

7.1.2 ¿Qué hace diferente a la D.O Rueda del resto de vinos?

Podemos decir que entre las principales características de la D.O Rueda destaca su excelente uva, la uva Verdejo.

Como se ha dicho antes, la uva Verdejo llegó a España hace diez siglos y hoy en día sigue presentando el mismo aroma y sabor, con los mismos toques afrutados y esa exquisita acidez cuando pasa por la boca del consumidor.

A pesar de que España hace mucho tiempo no fuera un país de vinos blancos, esta denominación ha sido la principal en introducirlo a nuestra tierra y conseguir llegar a lo más alto, ya que son vinos frescos y fáciles de beber. Esto ha ocasionado que en la campaña 2018/19 la D.O Rueda llegase a



comercializar un total de 35,9% de vino blanco en España y se situase entre los favoritos de los consumidores jóvenes.

Durante un estudio realizado por AC Nielsen en 2018, se pudo comprobar que Rueda es líder en fidelización, ya que 1 de cada 3 consumidores, entre 20 y 35 años, eligen un vino blanco D.O Rueda. Lo que significa que el 81% de estos consumidores prefieren Rueda antes que otros vinos de Denominación de origen. (Nielsen, 2018)

Además, son también líderes en tasa de conversión⁵² con un 56%. En comparación con la oleada anterior, esta presenta una curva ascendente, ya que el 93% consume más o igual cantidad de vino que en años anteriores. En cuanto al consumo en hombres, este crece un 17% más respecto a la oleada anterior, lo cual sorprende ya que las mujeres igualaron el porcentaje.

No solo por su frescura este vino gusta a la mayoría de los consumidores, sino también por la calidad y el precio competitivo que tiene ha hecho que estos se interesen por el mundo vinícola. Por esto, a nivel nacional, se puede decir, entre ningún rango, de edad que cuatro de cada diez españoles consumen vinos blancos de D.O Rueda y casi nueve de cada diez son consumidores de otros tipos de vino, como tintos o rosados. (Prieto, 2017)

En cuanto a la comercialización de los vinos D.O Rueda en la campaña 2018/19, en volumen, les sitúa terceros en el ranking, con un 6,8%, detrás de D.O Rioja (23,2%) y D.O Cava (16,4%), siendo este dato un 5,06% mejor que el de la campaña 2017/18. Respecto al mercado interior, presenta muy buenos datos, ya que se encuentra detrás del líder D.O Rioja (25,1%) con el 10,4%. (Ministerio de Agricultura, Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas de vinos (DOPs), 2020, pág. 9)

A nivel europeo, la D.O Rueda destaca sobre todo en países como Holanda, Alemania, Suiza o Rusia, obteniendo una comercialización exterior total de más de 52.000 hectolitros por valor de 14,8 millones de €. Hay que destacar también las exportaciones de vino blanco, ya que de la D.O

⁵² Procedente del inglés Conversion Rate y de las siglas CR, es el porcentaje de usuarios que realizan una acción específica en el mercado.

Rueda fueron 13,9%, según datos oficiales de la campaña 2018/19 realizada por el MAPA.

Entre el resto de las características que les hace destacar nos encontramos con un suelo cascajoso, motivo por el cual está situado en el sector central de la depresión del río Duero rodeado de piedras menudas, y el clima continental español, con inviernos fríos y largos, primaveras cortas y veranos secos, pero calurosos.

Por otro lado, hay que hacer hincapié en las contraetiquetas de la Denominación de origen Rueda, o sello de identidad del producto, ya que son muy importantes para certificar al consumidor su origen y superación, teniendo que pasar por un riguroso control establecido por el Consejo Regulador.

Tal y como se indica en la Ley 8/2005 de 10 de junio, de la Viña y del Vino de Castilla y León, el órgano de gestión, en este caso el Consejo Regulador, podrá exigir que se introduzca cuantas menciones garanticen la identificación clara del vino, para evitar posibles confusiones entre los consumidores y posibles imitaciones. Por ello, se estableció como obligatorio la indicación del año de procedencia, exceptuando a los vinos generosos y espumosos, así como la indicación del número y la serie, con la finalidad de controlar el volumen de vino existente.

En conclusión, podemos encontrar en la etiqueta frontal de una botella de vino D.O Rueda la marca, la variedad de vino, su cosecha y el nombre de la D.O. En la etiqueta trasera encontraremos el logo de la D.O Rueda, su capacidad, el registro embotellador y los grados de alcohol que contiene. Y finalmente, en la contraetiqueta, que se sitúa debajo de la etiqueta trasera, encontraremos el número de control y la certificación del Consejo Regulador.

Como se puede observar en la siguiente tabla, durante el año 2020 se entregaron un total de más de 83 millones de contraetiquetas, menos del 10.47% que el año anterior, debido a la crisis sanitaria producida por la COVID-19. En cambio, a 30 de abril de 2021 ya se han entregado más de 34 millones, mejorando así el año, ya que, en comparación con los tres primeros meses del año anterior, en 2021 se ha empezado a realizar un vino nuevo y diferente, al que han nombrado el Gran Vino de Rueda, con uvas procedentes de viñedos con más de 30 años de antigüedad. ((M), 2021)

• SALIDA TOTAL DE CONTRAETIQUETAS AÑO 2020-2021
BACKLABELS

mes month	2020		2021		% crecimiento acumulado % cumulative growth
	2020	Acumulado Cumulative	2021	Acumulado Cumulative	
ENERO JANUARY	8.741.265	8.741.265	6.201.818	6.201.818	-29,05%
FEBRERO FEBRUARY	8.027.268	16.768.533	7.617.093	13.818.911	-17,59%
MARZO MARCH	10.233.482	27.002.015	10.360.395	24.179.306	-10,45%
ABRIL APRIL	3.937.056	30.939.071	10.342.969	34.522.275	11,58%
MAYO MAYO	5.330.785	36.269.856	0	34.522.275	
JUNIO JUNE	9.120.032	45.389.888	0	34.522.275	
JULIO JULY	11.586.786	56.976.674	0	34.522.275	
AGOSTO AUGUST	5.577.123	62.553.797	0	34.522.275	
SEPTIEMBRE SEPTEMBER	3.834.034	66.387.831	0	34.522.275	
OCTUBRE OCTOBER	6.266.705	72.654.536	0	34.522.275	
NOVIEMBRE NOVEMBER	5.365.618	78.020.154	0	34.522.275	
DICIEMBRE DECEMBER	5.080.051	83.100.205	0	34.522.275	

FUENTE: dorueda.com

8. Conclusiones

A lo largo del trabajo se ha podido observar que las Denominaciones de Origen son uno de los pilares fundamentales de la economía española del sector agroalimentario. Además, presentan una serie de ventajas y desventajas frente al resto de productos que no obtuvieron la distinción.

Gracias a ellas, no solo el producto se da a conocer, sino también su lugar de procedencia, al igual que la manera en la que se elaboran, conservando siempre sus métodos tradicionales. Como consecuencia de esto, se produce un estancamiento en la innovación a lo largo del tiempo, por lo que les es más difícil atender a las nuevas posibles demandas del consumidor, manteniendo a su vez la esencia de su producción.

Otra desventaja de presentar una calidad diferenciada es que deben mostrar un esfuerzo continuo tanto por parte de las empresas como de sus trabajadores, ya que para mantener esas características que les hace diferente del resto de productos, deberán mantener una disciplina mucho más seria.

Otro de los beneficios es que están obligados a pasar por una serie de controles, a pesar de tener una mejor producción y estar mejor presentados ante el público en el mercado, por lo que se comportan como nichos de mercado bien aprovechados. En otras palabras, se distinguen como un segmento del mercado que posee consumidores con características parecidas no satisfechas por el resto del mercado.

Por otra parte, las D.O mejoran las posibilidades comerciales, sobre todo en las pequeñas y medianas empresas (PYMES). Sin embargo, en ocasiones pierden poder de negociación frente a las grandes compañías, ya que presentan mejores medios para distribuir sus productos.

Como se ha visto, las D.O tienen un largo número de normativas que las hacen estar bien protegidas. A pesar de esto y de que la solicitud de registro es voluntaria, ya que no existe norma alguna que obligue a ser solicitada, su registro puede ser anulado, aunque no en todos los reglamentos se regule de la misma manera. Por ello, se podría evitar una

extralimitación de las D.O, si las comunidades se unificaran y así se dejaría de proteger productos que realmente no lo merecen.

Asimismo, he de añadir que el mayor problema que presentan las Denominaciones de Origen, tanto a nivel nacional como internacional, es que todos los requisitos que deben cumplir ralentizan la introducción de estas en el mercado, a pesar de adquirir un reconocimiento a nivel global de exclusividad y evitar que sean falsificadas por otros. Por ello, muchas veces las empresas se echan para atrás a la hora de presentar la solicitud para obtener la distinción.

En cuanto a las denominaciones de origen en Castilla y León y en especial a la DOP Rueda, éstas garantizan al consumidor obtener una calidad constante en lo que se refiere a materia prima, elaboración y producción, junto a unas características específicas. Al igual que garantizan al productor la obtención de una protección legal y a acceder, de manera más sencilla, al mercado nacional e internacional. Por estas razones, si tienen que elegir, siempre prefieren el “verdejo de Rueda”.

En conclusión, y con vistas hacia el futuro, las denominaciones de origen, entre las distintas figuras de calidad diferenciadas, caminan hacia una regulación unitaria, amparadas al mismo nivel y con un procedimiento igualitario para todas en un mercado con una amplia gama de productos heterogéneos, cubriendo las necesidades de sus consumidores y futuros clientes, a los que deben captar.

Bibliografía

- (M), C. R. (18 de mayo de 2021). *Denominación de origen Rueda*. Obtenido de <https://www.doruada.com/es/inicio/el-gran-vino-de-rueda-la-apuesta-de-la-d-orueda-para-2021/>
- (14 de Diciembre de 2012). Obtenido de EUR-Lex: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:32012R1151&from=EN#d1e977-1-1>
- ACPI. (2016). Obtenido de <http://acpi.org.co/wp-content/uploads/2016/11/DECIISI%C3%93N-486.pdf>
- Agronews. (Abril de 2020). Obtenido de <https://www.agronewscastillayleon.com/el-vino-y-la-viticultura-un-sector-clave-en-la-economia-rural>
- Arancibia Obrador, M. (2016). La importancia de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas para la identidad país. *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, 3(8), 1-16. Obtenido de <https://docplayer.es/71966125-Revista-iberoamericana-de-viticultura-agroindustria-y-ruralidad-e-issn-universidad-de-santiago-de-chile-chile.html>
- Barco Royo, E. (2007). Denominaciones de origen: La incidencia de la localización y deslocalización. *Distribución y Consumo*, 27-36.
- Bello Acebrón, L., & Gómez Arias, J. (1996). "Las denominaciones de origen y otras señales de calidad en las estrategias de diferenciación de los productos agroalimentarios. Una propuesta metodológica". *Cuadernos Aragoneses de Economía*, 6(2), 365-387.
- Botana Agra, M. (2001). *Las denominaciones de origen*. Marcial Pons.
- Conferencia Española de Consejos Reguladores Vitivinícolas (CECRV). (2019). Obtenido de <https://vinosdo.wine/denominaciones-de-origen/origen/>
- de Mendizábal, R. (abril de 2004). Denominación de origen protegida. *Actualidad Administrativa*(7).
- Diccionario panhispánico del español jurídico*. (2020). Obtenido de <https://dpej.rae.es/lema/denominaci%C3%B3n-de-origen>
- Enciclopedia jurídica*. (2020). Obtenido de <http://www.encyclopedia-juridica.com/d/denominacion-de-origen/denominacion-de-origen.htm>
- España, G. d. (12 de Mayo de 2015). *BOE*. Obtenido de <https://boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-5288>
- Europea, O. d. (2017). *Oficina de la Propiedad Intelectual de la Unión Europea*. Recuperado el 2021, de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?qid=1506417891296&uri=CELEX:32017R1001>
- Martín Cerdeño, V. (Noviembre-Diciembre de 2006). Denominaciones de origen: una revisión en el mercado alimentario español. *Distribución y Consumo*.
- Ministerio de Agricultura, P. y. (2020). *Datos de las Denominaciones de Origen Protegidas de vinos (DOPs)*.

- Ministerio de Agricultura, P. y. (s.f.). *Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*. Recuperado el Marzo de 2021, de https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-diferenciada/faqagroalim_tcm30-426478.pdf
- Montero García-Noblejas, P. (2016). *Denominaciones de origen e indicaciones geográficas*. Tirant Lo Blanch.
- Nielsen, A. (Marzo de 2018). *Enovicultura*. Obtenido de <https://enovicultura.quatrebcn.es/uno-de-cada-3-consumidores-habituales-de-vino-blanco-elige-la-do-rueda-segun-un-informe>
- OMPI. (Septiembre de 1966). Obtenido de [https://www.wipo.int/lisbon/es/general/#:~:text=En%20el%20Art%C3%ADculo%202.1\)%20del,esencialmente%20al%20medio%20geogr%C3%A1fico%2C%20comprendidos](https://www.wipo.int/lisbon/es/general/#:~:text=En%20el%20Art%C3%ADculo%202.1)%20del,esencialmente%20al%20medio%20geogr%C3%A1fico%2C%20comprendidos)
- Pomares Caballero, M. (2019). La evocación de una Denominación de Origen a través de signos gráficos. *Lex Mercatoria*, 11, 104-107.
- Prieto, G. (2017). *Un buen vino*. Obtenido de <https://unbuenvino.com/2017/11/rueda-la-do-que-ha-traido-el-blanco-a-nuestras-casas/>
- Roubier, P. (1954). *Le Droit de la Propriété Industrielle*. Paris.
- Tamayo Muñoz, G. (2002). La denominación de origen y su relación con otros signos distintivos. *La Propiedad Inmaterial*, 93-110. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/1166>
- WIPO. (2020). Obtenido de https://www.wipo.int/lisbon/es/general/application_procedure.html
- Wolters Kluwer. (s.f.). Obtenido de https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4slAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAUMjY2NjtbLUouLM_DxblwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAXTs_vzUAAAA=WKE