

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
DE LAS AMÉRICAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

**APROVECHAMIENTO DE LA DENOMINACIÓN DE
ORIGEN DEL QUESO TURRIALBA**

GABRIEL QUIRÓS ARIAS

SAN JOSÉ, DICIEMBRE, 2017

Contenido

Tribunal Examinador	2
Declaración Jurada	3
Agradecimientos	4
Dedicatoria.....	5
Calificación Del Tutor	6
Resumen Ejecutivo	13
CAPÍTULO I - INTRODUCCIÓN	14
Planteamiento del Problema de la Investigación	14
Objetivos de la Investigación	15
Objetivo general.....	15
Objetivos específicos	15
Justificación de la Investigación	16
Antecedentes de la Investigación	18
Proyecciones de la Investigación.....	24
CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA	25
Propiedad Intelectual	25
La propiedad intelectual y su clasificación	26
Propiedad industrial	27
Normativa vigente sobre la propiedad industrial.	28
Convenio de París para la protección de la propiedad industrial.	28
Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de la propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC).....	29
Tratado de cooperación en materia de patentes (PCT).....	30
Registro de la propiedad industrial.....	31
Indicación de procedencia.....	32
Indicación geográfica.	34
Denominación de origen.	35
Factores.....	37
Apoyo externo.....	38
Calidad.	38
Capacitación.....	39

Conocimiento.....	41
Cultura.....	41
Economía.	42
Geografía.....	43
Historia.....	44
Naturaleza.	46
Producción.	46
Productores.	47
Beneficios.	48
Crecimiento.....	49
Derechos legales.	49
Desarrollo económico.	50
Diferenciación.....	50
Promoción y publicidad.	51
Satisfacción del consumidor.	52
Semejanzas entre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas.....	53
Diferencias entre la indicación de procedencia, la indicación geográfica y la denominación de origen.	53
Importancia de las denominaciones de origen.	55
Normativa vigente sobre las denominaciones de origen.....	57
Normativa nacional sobre denominaciones de origen.....	58
Ley de marcas y otros signos distintivos.	58
Ley de observancia de los procedimientos de los derechos de la propiedad intelectual.	59
Normativa internacional sobre denominaciones de origen.....	59
Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional.	59
Denominaciones de origen registradas.....	60
Denominaciones de origen registradas a nivel internacional.	60
Denominaciones de origen registradas a nivel nacional.....	64
Solicitud de registro de las denominaciones de origen.	66
Solicitud de registro de las denominaciones de origen a nivel nacional.	67
Solicitud de registro de las denominaciones de origen a nivel internacional.	68

Prohibiciones para el registro de una denominación de origen.....	69
Procedimiento de registro de las denominaciones de origen.	70
Concesión del registro de una denominación de origen.....	71
Duración y modificación del registro de una denominación de origen.....	71
Derechos de empleo de la denominación de origen.	72
Anulación del registro de una denominación de origen.	72
CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO	74
Enfoque de la Investigación	74
Diseño de la Investigación.....	76
Muestra de la Investigación.....	77
Población.....	77
Muestra	78
Unidades de Análisis de la Investigación	79
Factores	80
Beneficios	80
Instrumentos Utilizados en la Investigación.....	81
Proceso para la Recolección de Datos.....	82
Método de Análisis de la Investigación.....	84
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	85
Unidad de Análisis I: Factores.....	87
Categoría I: Apoyo externo.....	88
Descripción.....	88
Análisis.....	89
Categoría II: Calidad.....	89
Descripción.....	89
Análisis.....	90
Categoría III: Capacitación	91
Descripción.....	91
Análisis.....	92
Categoría IV: Conocimiento	93
Descripción.....	93
Análisis.....	95

Categoría V: Cultura	96
Descripción.....	96
Análisis.....	97
Categoría VI: Economía	98
Descripción.....	98
Análisis.....	99
Categoría VII: Registro.....	100
Descripción.....	100
Análisis.....	102
Categoría VIII: Geografía	105
Descripción.....	105
Análisis.....	106
Capítulo IX: Historia.....	107
Descripción.....	107
Análisis.....	108
Categoría X: Leyes	110
Descripción.....	110
Análisis.....	111
Categoría XI: Naturaleza	113
Descripción.....	113
Análisis.....	113
Categoría XII: Producción	114
Descripción.....	114
Análisis.....	115
Categoría XIII: Productores	116
Descripción.....	116
Análisis.....	117
Unidad de Análisis II: Beneficios.....	118
Categoría I: Crecimiento.....	119
Descripción.....	119
Análisis.....	119
Categoría II: Derechos legales	120

Descripción.....	120
Análisis.....	121
Categoría III: Desarrollo económico	122
Descripción.....	122
Análisis.....	123
Categoría IV: Diferenciación del producto.....	124
Descripción.....	124
Análisis.....	125
Categoría V: Promoción y publicidad.....	126
Descripción.....	126
Análisis.....	127
Categoría VI: Satisfacción al consumidor	128
Descripción.....	128
Análisis.....	128
Interpretación de Datos.....	129
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	134
Conclusiones de la Investigación	134
Recomendaciones	136
Referencias	140
Apéndices	146
Apéndice A: Cuestionario para la Asociación de Productores Agropecuarios de la zona de Santa Cruz de Turrialba (ASOPROA) - queso turrialba.....	146
Apéndice B: Cuestionario para el Consejo Regulador de la denominación de origen del queso turrialba.....	148
Apéndice C: Cuestionario para los productores del queso turrialba.....	150
Apéndice D: Cuestionario para el Registro de la Propiedad Industrial (RPI)	152

Tablas

Tabla 1. Muestra de la Investigación.....	77
Tabla 2. Unidades y Categorías de Análisis.....	84

Resumen Ejecutivo

La presente investigación lleva por nombre "Aprovechamiento de la denominación de origen del queso Turrialba", y busca examinar el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba. Para llegar al tema de las denominaciones de origen del queso mencionado, se comienza hablando de la propiedad intelectual y sus clasificaciones, en ellas la propiedad industrial es una de estas divisiones. De paso, se menciona la normativa que regula este último tipo de registro mencionado; así como las funciones que tiene este en el territorio costarricense.

Se destacan, además, las diferencias y similitudes existentes entre los términos de: indicación de procedencia, indicación geográfica y denominaciones de origen, temas que incluye el Registro de la Propiedad Industrial de Costa Rica. Así, la investigación termina enfocándose en el tema de las denominaciones de origen y sus generalidades; tales como: sus factores, beneficios, su importancia, su normativa nacional e internacional, su proceso de registro a nivel nacional e internacional, las prohibiciones existentes y la duración de estas. Adicionalmente, se mencionan algunos ejemplos de denominaciones de origen existentes; a nivel nacional y extranjero.

Esta investigación se desarrolla bajo un enfoque de tipo cualitativo, de manera que se utiliza la entrevista como técnica de recolección de datos, la cual permite definir, describir y analizar cada una de las categorías de análisis identificadas; gracias a las respuestas brindadas por cada uno de los entrevistados. Los productores de queso de la zona de Santa Cruz de Turrialba, la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz de Turrialba (ASOPROA), el Consejo Regulador de la denominación de origen del queso turrialba y el Registro de la Propiedad Industrial de Costa Rica son los participantes principales en el desarrollo de este proyecto.

Finalmente, se obtiene como principal conclusión que el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba es mínimo o casi nulo; pues la falta de organización, coordinación y apoyo, el miedo y el conformismo, aunados al desconocimiento por parte del gremio de productores de este tipo de queso, son los principales causantes de que el sello de origen aún no haya sido aprovechado por las empresas productoras de Santa Cruz de Turrialba.

CAPÍTULO I - INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema de la Investigación

En la actualidad, la denominación de origen del queso turrialba ya fue debidamente aprobada; no obstante, se desconoce si los productores de este tipo de queso han recibido los beneficios de esta certificación. En los diferentes supermercados y abastecedores del país, no es fácil encontrar un producto que tenga como marca o reseña: queso turrialba; ni se han escuchado en los medios de comunicación del país los beneficios de adquirir un producto que cumpla con una denominación de origen.

Es probable que una denominación de origen les pueda traer a los fabricantes de un producto una cantidad muy grande de beneficios; sin embargo, no se conoce si para los productores del queso de la zona de Turrialba ha sido así. El esfuerzo que los diferentes grupos de productores realizaron para lograr dicha calificación en su producto debería ser proporcional a los beneficios esperados; una vez que esta fuera aprobada.

Y es que la mayor problemática de esta situación no está en el grado de felicidad que tengan los productores o no; sino en el tiempo y los recursos por invertir en este proceso, como para que una vez que este sea completado, los beneficios tarden en llegar; o peor aún, nunca lleguen. Hay probabilidad de que el mayor miedo de estos fabricantes sea el hecho de que los beneficios de una denominación nunca se alcancen; y no signifique más que un tiempo perdido de más de seis años, pues se trata de un proceso bastante fuerte y desgastante para quienes han intervenido en su desarrollo.

Por tanto, al desconocer la situación real vivida por los fabricantes del queso turrialba, es importante examinar el verdadero aprovechamiento brindado a la denominación de origen de este; ya que aunque la certificación esté debidamente aprobada, no se sabe si este gremio ya la aplica en la elaboración de su producto. Así mismo, resulta necesaria una evaluación que permita conocer el grado de conocimiento de los productores sobre el uso de esta calificación, así como de la forma en que se puede maximizar su uso para obtener beneficios.

Para poder examinar el aprovechamiento dado a la denominación de origen del queso turrialba, es importante identificar todos aquellos factores que influyen en el rendimiento de esta identidad; tanto los factores que contribuyen a un buen logro de este recurso como aquellos que impiden el alcance de los resultados. De esta forma, se pueden poner en la balanza los elementos positivos y negativos; de forma tal que se pueda identificar cuál de ellos dos está teniendo más peso dentro de este proceso. Con esto, se puede determinar qué tan aprovechada ha sido la denominación de origen por parte de los productores y en que se debe trabajar para el éxito de este.

Se trata de tomar como referencia una lista de los beneficios que debe brindar una denominación de origen; compararlos con los resultados obtenidos hasta el momento e identificar los factores que minimizan estos beneficios. Por este motivo, es importante identificar claramente, los beneficios esperados al implementar el uso de una denominación de origen en sus productos.

La viabilidad de esta investigación se fundamenta en que no existen investigaciones basadas en identificar los factores que influyen en el aprovechamiento de la identidad del queso turrialba, así como tampoco en los beneficios que las diferentes productoras pueden recibir al implementar el uso de esta en sus productos. Por este motivo, la gran interrogante de esta investigación es: ¿Cuál es el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Examinar el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba.

Objetivos específicos

- Determinar los factores que influyen en el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba.

- Identificar los beneficios que generaría la aplicación de la denominación de origen del queso turrialba en las empresas productoras.

Justificación de la Investigación

El desarrollar la presente investigación permite determinar e identificar factores influyentes; todos para una mejor aplicación de la denominación de origen del queso turrialba. La información con la que se cuenta actualmente, en cuanto a lo que buscan los objetivos en los que se basa esta investigación, es escasa; o prácticamente no existe. Pues al no haber antecedentes planteados en esta línea en la que se delimita este proyecto, no hay forma de trazar un nuevo horizonte con el fin de cambiar el rumbo; todo ello para alcanzar nuevos y mejores resultados para los productores. Es en ese punto donde radica, justamente, la conveniencia de esta investigación.

Los mayores beneficiados con la presente investigación serían los productores de queso de la zona de Turrialba; pues no han logrado recibir los beneficios esperados de una denominación de origen, después de la aprobación de la identidad de este producto. La zona de Turrialba también resultará ser un beneficiado indirecto con esta investigación; ya que es altamente probable que dentro de los beneficios que podría brindar una denominación se encuentren grandes ventajas para el comercio y turismo de la localidad; pues como se ha mencionado anteriormente, esta identidad le otorga al producto una gran ventaja en el mercado.

De esta forma, esta investigación sirve de guía para el área académica; ya que es de gran utilidad para todos aquellos estudiantes que se encuentren interesados en ampliar aún más esta investigación, o que busquen dar inicio a nuevos proyectos usando esta fuente como punto de partida. Al recopilar información de fuentes con experiencia y conocimiento en el tema, este proyecto da fundamento teórico suficiente, para que los estudiantes puedan basar dichas investigaciones; y mejor aún, tener una guía para identificar hacia dónde direccionar la investigación, dónde obtener información y en qué se puede beneficiar al sector productor.

Al desarrollar cada uno de los objetivos de la presente investigación, se puede llegar a dar solución a uno de los problemas que probablemente presentan los productores de la zona de Turrialba, el cual radica en el disfrute de los beneficios que pueden percibir los productores al darle una identidad única y propia a su producto. Se desconoce el uso de la denominación de origen en este lácteo, pues ni siquiera en los puestos comerciales se puede identificar cuando el queso proviene de la zona específica de Turrialba o si cumple con los requisitos de una denominación.

La información recopilada con esta investigación, permite cubrir la falta de datos con la que cuentan las diferentes productoras de la zona de Turrialba: parte de su problemática. Por su parte, al no contar con información, los fabricantes de este queso en específico no pueden determinar áreas de mejora para dar un mayor aprovechamiento de la identidad con la que cuenta este lácteo tan importante. Así mismo, dado al valor teórico y la utilidad metodológica de esta investigación, se espera que esta contribuya con un mejor uso de la denominación de origen y con la obtención de mejores beneficios para la zona.

Con esta investigación se puede obtener información valiosa que ayuda a los diferentes productores de la zona de Turrialba a determinar cuáles son todos aquellos factores negativos que han impedido obtener frutos a partir de la denominación de origen; de forma tal que estos puedan llegar a tomar decisiones sobre cuál es la mejor manera de proceder para sacar mayor provecho a la denominación

Debido a la falta de información con la que se cuenta, a las pocas investigaciones realizadas en relación al tema y al gran interés que tienen los productores del queso turrialba por resolver y darle respuesta a todas y cada una de esas interrogantes; es que esta investigación es pertinente que sea realizada.

Los productores de esta zona están muy interesados en que se lleve a cabo la presente investigación, pues será una herramienta de gran utilidad para todos ellos; ya que les permitirá tomar decisiones que les facilite hacer cambios en el uso de la identidad del queso, aprovechar los beneficios que este les puede traer y beneficiarse a partir de la rentabilidad que esto les pueda generar a sus negocios.

Los resultados de esta investigación traerán una gran cantidad de beneficios para todos los productores de la zona de Turrialba, las entidades estatales que velan y regulan esta identidad y también para todas aquellas personas interesadas en conocer más allá de una denominación de origen. Al ser una certificación tan nueva, la información es escasa motivo por el cual los productores y el Estado no cuentan con antecedentes que les permita llevar a cabo un plan de acción diferente y, a la vez, visualizar resultados diferentes.

Antecedentes de la Investigación

En relación con el queso turrialba y las denominaciones de origen, se presenta una serie de antecedentes que permiten comprender la historia y evolución de ambos elementos a través del tiempo. A través de referencias nacionales e internacionales, se destacan a continuación los puntos más importantes:

Se tienen registros de que en 1870 ya se elaboraba queso en Santa Cruz, y de que en 1950 se comenzó a vender en San José, capital costarricense. De ahí se extendió la reputación del queso identificado como “Turrialba” por sus características particulares de sabor, aroma y textura. (Blanco, 2012, párr.3)

Blanco (2012), menciona, además, que, “blanco y fresco, el queso turrialba mantiene desde entonces su técnica de producción artesanal, con modificaciones solo en las instalaciones, los equipos y los utensilios básicos para elaborarlo”. (párr.4). En otras palabras, se puede decir que el procedimiento de fabricación del queso se remonta a muchos años atrás, cuando las técnicas de fabricación utilizadas en ese entonces lo hacían diferente de las técnicas de producción actuales, e incluso eso les otorgaba el nombre de queso artesanal. Las herramientas que se modifican obedecen a las mejoras en tecnología con las que se cuenta actualmente.

En las plantas artesanales, la leche se moldea, sin pasteurizar, en bloques cuadrados de dos a ocho kilogramos, que posteriormente se cortan en porciones más pequeñas en el momento de su venta. En las mini plantas, el queso se elabora con leche pasteurizada, por lo que su sabor cambia ligeramente; por esa razón, muchos consumidores prefieren el queso artesanal. (Blanco y Cascante, 2011, citados por Blanco, 2012, párr.6)

Gracias a la combinación de sabor, textura y aroma y a una serie de técnicas artesanales que dan al queso turrialba una ventaja competitiva en comparación con otros quesos del mercado; así como el desarrollo que tuvo la fabricación de este producto en una sola zona específica, los productores de la zona pudieron optar por darle, una diferenciación única en el comercio. Esta diferenciación le otorga un nombre único al producto, lo cual, a su vez, garantiza las características y condiciones mencionadas anteriormente, pues se vela porque estas se mantengan con el paso del tiempo. Además, se le garantiza al cliente más que una experiencia gastronómica.

Tras una labor de más de seis años, impulsada por la Universidad Nacional (UNA), el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el Instituto Nacional de Innovación y Transferencia en Tecnología Agropecuaria (INTA), AECID y FAO, entre otras entidades, los productores de queso de la zona de Santa Cruz y de Santa Teresita de Turrialba, lograron que se reconozca la profunda relación que existe entre su aromático y sabroso producto y las condiciones geográficas de la zona, un vínculo que bordea los ciento cincuenta años. (Blanco, 2012, párr.2)

Según Blanco (2012), fue en el año 2006 cuando ASOPROA, MAG y UNA presentaron ante el registro de la Propiedad Industrial, autoridad que se encuentra encargada del proyecto la solicitud de denominación de origen. Para esto, presentaron un informe donde se menciona la forma en que se cumplen las normas técnicas y requisitos de calidad establecidos por el ente encargado, desde la producción de la leche y la fabricación del queso, hasta los medios de empaque y transporte empleados por las diferentes productoras de la zona para trasladar su lácteo desde la zona de Turrialba, hasta los comercios de distribución del producto.

Para que el queso pudiera ser identificado por medio de una denominación de origen, los insumos debían cumplir con características físicas, químicas y microbiológicas específicas; de lo contrario, el proyecto sería denegado. Así mismo, era de suma importancia que los productores de la zona constituyeran un Consejo que velara por el cumplimiento de todas y cada una de esas características y condiciones específicas; de forma tal que, no existan cambios en los insumos, procesos o canales de distribución con el paso del tiempo. Este Consejo no podía ser constituido por funcionarios públicos. (Blanco, 2012).

El Registro de la Propiedad Industrial, en el año 2012, dio la aprobación para que más de doscientos cincuenta productores de la zona de Turrialba pudieran comenzar a darle uso a la identidad única que adquiere este producto. Sin embargo, esta aprobación no fue tan fácil; ya que meses antes de que se diera el sí final, el proceso se vio detenido debido a que las productoras de la zona de Turrialba habían constituido el Consejo Regulador de dicha denominación con funcionarios públicos; lo cual no era permitido por el Registro, por lo que los productores tuvieron que conformar nuevamente ese equipo para darle continuidad al proyecto.

A pesar de las diversas barreras que tuvo que afrontar el queso turrialba para poder lograr su propia denominación de origen, esta fue alcanzada con éxito; sin embargo, los resultados positivos han tardado mucho en llegar para los diferentes productores de la zona. Desde entonces, las investigaciones realizadas sobre el estudio de la denominación de origen de este producto en específico han sido escasas; no obstante, sí hay varios proyectos de donde se puede obtener información general sobre la denominación, el proceso que se debe llevar a cabo para optar por una identidad de estas; y las características obligatorias a nivel local y exterior.

A nivel internacional, Nudman (2007), en su memoria de prueba para optar al grado de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales, en la Universidad de Chile, Santiago, Chile, recopila, expone y analiza los antecedentes históricos, fácticos y jurídicos involucrados en el conflicto que tenían tanto Chile como Perú sobre la titularidad de la denominación de origen pisco; con miras a lograr una solución de la contienda jurídico-internacional de carácter internacional. Dentro de sus objetivos se encontraba examinar el conflicto dentro del marco teórico de la propiedad industrial, de manera que se llevara a cabo un análisis general de la denominación de origen.

Nudman (2007) presenta tanto la versión chilena como la peruana sobre el origen de la denominación de origen pisco, los factores humanos y naturales que la componen en cada uno de estos países, así como su marco regulatorio. En esta investigación, el autor expone y analiza los acuerdos bilaterales suscritos por Chile, en los que se ha consagrado dicha denominación como de origen chilena; así como los del lado peruano. El autor finaliza con la examinación de las disposiciones del arreglo de Lisboa y el registro del pisco peruano en la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Nudman (2007) concluye mencionando que la denominación de origen de pisco, tanto en Chile como en Perú, ha propiciado la asociación de los productores y la coordinación de la cadena de producción alimentaria en torno al origen geográfico, las prácticas culturales y las tecnologías locales. Así mismo, destaca la importancia de crear una alianza estratégica entre Chile y Perú; de forma tal que se saque un mayor provecho a las acciones que ambos han venido desarrollando para la promoción del aguardiente en los mercados extranjeros. Nudman culmina mencionando que más que un conflicto internacional, podría tratarse de una disputa política.

Por su parte, Gilbon (2014), en su tesis para acreditar experiencia recepcional, en la Universidad Veracruzana, México, trata el tema de la trascendencia de la denominación de origen en México. En su investigación, buscaba plantear la importancia de una denominación de origen desde distintos enfoques, como el jurídico, social, cultural y económico; así como exponer las lagunas con las que contaba la Ley de Propiedad Industrial, todo ello para plantear una propuesta basada en la necesidad de incluir en su sistema jurídico la figura de indicación geográfica, la cual es trascendental para la economía mexicana.

La tesis de Gilbon tenía como objetivo fundamental concientizar a la población acerca de los beneficios económicos, sociales y culturales que proporciona tanto la denominación de origen como la indicación geográfica; así como impulsar la protección de los productos nacionales. Con ayuda del método descriptivo, el autor expone el tema de la denominación de origen en cuanto a orígenes, comercio y su paulatina evolución; hasta llegar a la empresa como el medio de organización básica de comercio. Así mismo, menciona la existencia de diferentes entidades encargadas de velar por el control de esta identidad en México. (Gilbon, 2014)

Como parte de sus conclusiones, destaca que con el incremento del comercio y la competencia que le es implícita, la globalización y sus posteriores repercusiones, evidencian la necesidad de un cambio sustancial en materia de propiedad industrial en su país. Menciona, además, que la denominación de origen y las indicaciones geográficas, son figuras salvaguardadas por el marco jurídico internacional, por medio de los tratados, arreglos y acuerdos de los cuales el Estado mexicano es parte; como el arreglo de Lisboa, que es el acuerdo sobre los derechos de propiedad intelectual en el comercio. (Gilbon, 2014)

A nivel local, Granados y Álvarez (2007), en su estudio técnico de la denominación de origen del queso turrialba, en Costa Rica, realizaron una investigación exhaustiva del queso turrialba y de su entorno geográfico. En cada una de las variables definen el concepto de denominación de origen según la ley costarricense. Ellos mencionan que la producción del queso turrialba constituye la base de la economía local; pues este es fabricado por más de doscientos cincuenta unidades familiares, así como por doce pequeñas plantas industriales; las cuales utilizan los procesos más tecnificados para producir el queso tradicional.

Granados y Álvarez (2007) rescataron conocimientos locales y tradicionales, recolectaron información de las características del sistema de producción de la leche y del método de fabricación del queso, realizaron un estudio de percepción al cliente para medir el consumo de queso en el Valle Central, determinaron las características físico-químicas, sensoriales y microbiológicas de muestras de producto y revisaron y validaron los resultados por una comisión local de productores y representantes de instituciones públicas. Todos estos elementos permitieron la redacción del pliego de condiciones de la denominación de origen del queso turrialba.

Dichos autores destacan que dentro de sus resultados vieron la alta viabilidad de optar por una denominación de origen para el queso turrialba, tanto por sus cualidades y su vínculo territorial, como por el evidente interés de los productores y organizaciones locales; lo que generaría un aumento en la demanda y precio del producto. Así mismo, mencionan la importancia de mejorar las herramientas utilizadas en la fabricación del producto; así como su calidad y la organización de la oferta local. Este estudio, dejó las bases de un marco teórico para productores con miras a una denominación. (Granados y Álvarez, 2007)

Un año después, Granados y Álvarez (2008) emitieron un documento denominado: “Pliego de Condiciones: Denominación de Origen del Queso Turrialba”, el cual tiene como objeto la protección nacional para la denominación de origen del queso turrialba y sus categorías de “fresco” y “maduro”; así como a la mención de “queso artesano”. Dicho documento contiene las disposiciones técnicas que deben ser cumplidas por los fabricantes queseros para adquirir el derecho de uso del nombre “Turrialba” y está basado en lo establecido en la Ley de Marcas y otros signos distintivos del 06 de enero de 2000.

Por su parte, Ortega (2010), en su tesis para optar por el grado de Licenciatura en Derecho, de la Universidad de Costa Rica, busca analizar y comparar las realidades en propiedad industrial de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas de productos importantes como el vino y el queso turrialba; tanto en Chile como en Costa Rica. Ortega destaca que la comparación entre ambos países radica en la ventaja que tiene Costa Rica de contar con el queso turrialba con una denominación; pues esto hace que el poder de negociación del país aumente.

Ortega (2010) concluye su investigación mencionando que en Chile no se han presentado muchas solicitudes de denominación de origen de quesos, ya que sus procesos son bastante complejos; mientras que el vino, el cual cuenta con una certificación de estas, conlleva un proceso más sencillo. Por su parte, el queso turrialba presenta características exclusivas y propias que respaldan su vínculo con la región de Santa Cruz de Turrialba; donde las características y técnicas constituyen un queso artesanal único en la región. Agrega, además que, el consumidor conoce el queso de tipo turrialba por el producto comercializado por la Dos Pinos; más no el original en sí.

Proyecciones de la Investigación

A través de la presente investigación, se espera determinar los factores, a favor y en contra; que han influido en el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba. Dichos factores no se utilizarán para confrontar la buena o mala labor que han hecho los productores de la zona de Turrialba, ni las diferentes entidades estatales después de la aprobación de la identidad; por el contrario, se utilizarán para la toma de decisiones, que beneficie a todos aquellos quienes son parte del proyecto, y que juntos como equipo, puedan ver, percibir y recibir mejores beneficios por el uso de la denominación.

Una vez identificados los beneficios que debería recibir una empresa productora al aplicar la denominación de origen en sus productos, se podrá hacer una comparación entre los beneficios esperados y los realmente recibidos; así como comprender la forma de cómo aprovechar y explotar más los beneficios. Por su parte, los productores podrán tener mejores elementos para tomar en cuenta para cambiar el rumbo, hacer cambios y crear una mayor utilización del recurso.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

El presente capítulo permite contextualizar el tema de investigación, a la vez que se le brinda fundamentación teórica al concepto de denominación de origen, desde el punto de vista de diferentes autores que han realizado investigaciones sobre el tema. Así mismo, se exponen los conceptos de todos aquellos elementos en los que se fundamenta esta temática; tales como: la propiedad intelectual e industrial. Se mencionan, además, las diferentes normativas que rigen estos aspectos, tanto a nivel nacional como internacional, las semejanzas y diferencias entre una denominación de origen y sus similares; así como la importancia de estas en los campos: económico, legal y productivo.

Propiedad Intelectual

Antes de definir el concepto de denominación de origen, tema en el que se basa esta investigación, se debe tomar en cuenta que esta se encuentra dentro de lo que hoy se conoce como propiedad intelectual, un concepto que viene a defender y proteger las creaciones, intelecto e innovaciones de productores, autores y otros; con el fin de evitar su reproducción ilícita y perjuicio a estas personas. Las definiciones varían entre los diversos autores que se han dedicado a investigar esta temática; sin embargo, todos la mencionan como una protección y reconocimiento a la invención, tal y como se puede leer a continuación:

Díaz (2008) se refiere a la propiedad intelectual como: “el conocimiento y la información que forman parte de los inventos, las creaciones e incluso los signos y las palabras. Su función específica es convertirlos legalmente en bienes privados intangibles y transables en el mercado, por un período determinado” (p. 25).

Por su parte, Rodríguez (2009), citando a Umaña (2000), acepta el término de propiedad intelectual como: “toda aquella idea, invención, expresión creativa o información que tiene un valor comercial y que se le reconoce y protege en virtud de un ejercicio exclusivo del derecho de propiedad sobre esas invenciones y expresiones” (p. 4).

Ambos conceptos son sustentables y definen la propiedad intelectual en su esencia. Se refieren a ella como conocimiento, información, producción, idea, valor comercial, protección y derecho; pero aun así son conceptos más limitados. Para comprender de forma más amplia este tema, se expone, a continuación, el concepto dado por Georgina García:

La propiedad intelectual es un sistema de protección jurídica que recae sobre bienes predominantemente inmateriales, de carácter intelectual y colectivo. También protege esfuerzos no puramente creativos o intelectuales sino de carácter técnico, industriales, comerciales, científicos, incluso esfuerzos considerables que tienen un efecto en el mercado, además protege actividades afines. Este sistema de protección se refiere a la existencia, alcance, disponibilidad, mantenimiento y observancia de derechos, los cuales tienen una condición especial, dado que son temporales y exclusivos. (García, 2010, p. 39)

La propiedad intelectual es incluso una herramienta de crecimiento para diferentes zonas geográficas; tanto a nivel local como a nivel del país. Rodríguez (2009) menciona que “la propiedad intelectual puede llegar a convertirse en una ventaja comparativa mediante la cual se puede competir en busca de la inversión, tan necesaria sobre todo en los países en vías de desarrollo” (p. 5).

La propiedad intelectual y su clasificación

García (2010) profundiza sobre todo lo relacionado con la propiedad intelectual y sus generalidades, para lo cual menciona lo siguiente sobre la clasificación de esta: “Tradicionalmente, la propiedad intelectual se ha dividido en dos grandes categorías: la propiedad autoral y la propiedad industrial. La primera protege las obras artísticas y literarias y la segunda protege creaciones técnicas e industriales” (p. 40).

Partiendo de las dos categorías en las que se divide la propiedad intelectual, ya mencionadas por García, la presente investigación se enfoca específicamente en la industrial; pues esta es la que se especializa en todas aquellas creaciones de índole artesanal, industrial, agrícola y productiva, ya que alberga el tema principal de esta investigación, que son las denominaciones de origen.

Propiedad industrial

Mucho se escucha decir, cuando se va a abrir un negocio, que es necesario contar con un permiso conocido como patente. Dicho permiso es uno de los elementos de la propiedad industrial; pero no es el único. Las marcas y los nombres comerciales más conocidos por la sociedad; así como los diseños industriales, circuitos integrados y hasta las indicaciones geográficas, no tan conocidas, forman parte de los elementos que abarca este tipo de propiedad. Inclusive, aquí se refieren, además, a las denominaciones de origen. Así lo sustentan los siguientes autores en sus diferentes obras:

García, (2010) brinda un concepto muy breve sobre el término: propiedad industrial, de esta forma pretende introducir al lector al concepto de este y lo concibe como: “un conjunto de bienes cuya característica común consiste en que el objeto sobre el cual recae el derecho es un bien inmaterial relacionado con la actividad industrial o comercial” (p. 97).

García (2010), agrega que la propiedad industrial: “incluye lo referente a las patentes y los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, circuitos integrados, las marcas de fábrica y de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas” (p. 97).

Ahora, este concepto ha tenido una gran evolución con el paso del tiempo; pero su significado siempre ha sido este. En el año 1883, fecha en que se aprobó el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, ya se hablaba sobre este concepto; tanto así que el nombre del convenio lleva incluido el término: propiedad industrial. Dentro del convenio se puede leer cómo la propiedad industrial abarca no solo a las industrias y al comercio; sino también al sector agrícola, ya que se mencionan algunos productos, tal y como se puede ver a continuación:

La propiedad industrial se entiende en su acepción más amplia y se aplica no sólo a la industria y al comercio propiamente dicho, sino también al dominio de las industrias agrícolas y extractivas y a todos los productos fabricados o naturales, por ejemplo: vinos, granos, hojas de tabaco, frutos, animales, minerales, aguas minerales, cervezas, flores, harinas. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 1883, Art. 1)

Normativa vigente sobre la propiedad industrial.

No se puede dejar de lado que temas tan importantes como la protección de un nombre comercial, una marca o una patente deben contar con normas o leyes que velen por el amparo de todos estos elementos. Dicho concepto cuenta con diferentes reglamentos, convenios y leyes, que regulan todos y cada uno de los elementos comprendidos por él, incluso cuando se enfoca en unos más que otros; ya sea por su naturaleza o grado de uso. Estas reglamentaciones fueron creadas en un principio en el área internacional; y fueron adoptadas por el territorio costarricense tiempo después. Así lo demuestran varios autores en sus diferentes obras.

A continuación, se presentan varios documentos utilizados como parte de las reglamentaciones que protegen la propiedad industrial; dentro de los cuales se encuentra el Convenio de París para la protección de la propiedad industrial.

Convenio de París para la protección de la propiedad industrial.

Este convenio contiene disposiciones que tratan expresamente las patentes, regulando principalmente lo concerniente al derecho de prioridad, división de la solicitud de patente, independencia de las patentes obtenidas para esta invención en diferentes países, mención del inventor en la patente, la independencia de las concesiones de patente y de las renovaciones de patente de cualquier limitación sobre la venta de un producto o procedimiento patentado, licencias obligatorias, plazo de gracia para el pago de la tasa de mantenimiento de los derechos, rehabilitación de patentes de caducas, libre introducción de objetos patentados que formen parte de aparatos de locomoción, introducción de productos fabricados". (García, 2010, pp. 104-105)

Tal y como se puede leer en el párrafo anterior, el autor menciona cómo el convenio, aunque es una normativa vigente para la propiedad industrial, el cual debería abarcar todos los elementos que lo constituyen; se enfoca específicamente en las patentes. Esto se debe probablemente a que estas últimas tienen un grado de uso mayor en comparación con otros de los elementos, lo que hace que sea necesario contar con un reglamento que ordene toda esa temática y que le permita fluir en mejor manera, así como cumplir con la protección que tiene como función primordial.

Este documento cuenta, a su vez, con otro tipo de reglamentación que también se utiliza para la protección de la propiedad industrial; el cual se expone a continuación:

Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de la propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC).

Este acuerdo se enfoca en ayudar a los países miembros para que tengan una idea sobre los tipos de protección mínimos que deben otorgar a todas aquellas personas que tengan derechos sobre los elementos que constituye la propiedad industrial, los cuales deben ser aplicados de forma equitativa; tanto a cada uno de esos titulares como en todos los países donde se utilice esta reglamentación. Así lo mencionan los hermanos Liliana y Álvaro Alfaro (2006) en su libro de ley de marcas y otros signos distintivos:

Establece los estándares mínimos de protección que deben otorgar los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) a los titulares de estos derechos; además de establecer los mecanismos para garantizar la observancia de los derechos de propiedad intelectual, a nivel nacional en igualdad de condiciones en cada uno de los Estados miembros. (p. 8)

No obstante, a pesar de que un inicio el objetivo primordial de esta reglamentación es dar una guía de protección mínima y equitativa a los países miembros y titulares de derechos, el reglamento se termina enfocando, al igual que el convenio de París, en las patentes de invenciones, aunque no deja de lado los otros elementos, claro está; pero esto quiere decir que le da más importancia a un tema que a los otros. Así lo asegura Vargas (2010) en su libro sobre la realidad de la propiedad intelectual, donde afirma lo siguiente:

El acuerdo ADPIC, aprobado en 1994 como parte de los acuerdos de la fundación de la OMC, estableció (artículo 33) un régimen de protección por medio de patentes, cuyo plazo se extiende hasta los 20 años a partir del registro para la aplicación, en relación con cualquier invento, sea este de un producto farmacéutico o de un producto cualquiera. (p. 141)

Pero Vargas no es el único que hace esta afirmación. Ese mismo año, García, en su ahondada y completa guía, viene a confirmar lo dicho por el primer autor; pues utiliza casi estas palabras para referirse a este reglamento. García habla sobre las patentes; pero agrega que también incluye los productos y procesos en cualquier tipo de tecnología, sin dejar de lado que tiene varias excepciones. Así lo declara esta autora:

En él se consagra una protección de por lo menos 20 años a las patentes de invenciones. Esta protección se extiende a los productos y procesos en todos los campos de la tecnología; solamente se exceptúan de esta regla los casos que involucran la moralidad o el orden público. Por otra parte, el ADPIC describe los derechos mínimos que puede gozar el titular de una patente, pero también permite ciertas excepciones. (García, 2010, p.109)

Además del Convenio de París y el ADPIC, se encuentra el Tratado de Cooperación en materia de patentes, otro de los documentos utilizados en la protección de la propiedad industrial; del cual se presenta lo siguiente:

Tratado de cooperación en materia de patentes (PCT).

Este tratado no establece normas de protección internacional; sin embargo, constituye una herramienta valiosa en el desarrollo del sistema de patentes ya que facilita el trámite de solicitudes entre los países miembros, presentando un sistema mediante el cual el titular puede solicitar, de manera simplificada, la patente de su invención en varios países, mediante una solicitud internacional. (García, 2010, p. 115)

Nuevamente, al igual que el convenio de París y el ADPIC, el tratado de cooperación en materia de patentes, de ahora en adelante: PCT, se enfoca en el tema de patentes; pero esta vez no como una normativa internacional que debe ser adaptada a nivel nacional por los países miembros, sino como un sistema que permite el desarrollo y proceso satisfactorio de este elemento. Así lo afirma García en su guía sobre la propiedad intelectual mencionado en el párrafo anterior.

Registro de la propiedad industrial.

La ley de creación del Registro Nacional de Costa Rica, en su Artículo 2, comienza dando una explicación muy amplia acerca de cuáles son los registros que forman parte de ella o que están adscritos a su nombre; dentro de los cuales menciona al Registro de la Propiedad Industrial, donde aclaran que este involucra, en primera instancia, todo lo referente a patentes de invención y a marcas de ganado, tal y como se puede ver a continuación:

Conforman el Registro Nacional, además de los que se adscriban por otras leyes, los siguientes registros: el Registro Público, que incluye lo siguiente: propiedad inmueble, hipotecas, cédulas hipotecarias, propiedad horizontal, arrendamientos, personas, mercantil asociaciones, medios de difusión y agencias de publicidad; el Registro de Bienes Muebles, que incluye lo relativo a prendas y vehículos; el Registro de la Propiedad Industrial, que comprende, además, lo concerniente a patentes de invención y a marcas de ganado; y el Catastro Nacional. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 1975, Art. 2)

Por su parte, la Ley de Marcas y otros signos distintivos viene a definir el concepto del registro de propiedad industrial de una forma más generalizada. A diferencia de la definición que da la ley de creación del registro nacional, en este concepto no se agregan los tipos de derechos en que se especializa esta área; sino que menciona que comprende todo lo concerniente a derechos de propiedad industrial, como se puede ver en el siguiente párrafo:

Registro de la Propiedad Industrial: Administración nacional competente adscrita al Registro Nacional para la concesión y el registro de los derechos de propiedad industrial. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 2)

El reglamento de la ley de marcas y otros signos distintivos (2007), en su Artículo 52, viene a dar soporte a la definición dada por la ley de marcas; pues define al registro de propiedad industrial casi que con los mismas palabras: "El Registro es la autoridad administrativa adscrita al Registro Nacional, responsable de la inscripción y registro de los derechos en materia de Propiedad Industrial".

Así mismo, en el Artículo siguiente, este reglamento agrega la estructura jerárquica que debe tener el registro de la propiedad industrial, alegando que se requiere de un director y de un subdirector, en caso de que el primero no se pueda presentar; así como los requisitos necesarios para operar en cualquiera de las dos plazas. Para esto, el reglamento de la ley de marcas hace referencia de la siguiente manera:

El Registro estará a cargo de un Director, quién será asistido en el cumplimiento de sus deberes por un Sub Director quien actuará por delegación de aquel. Para ocupar estos cargos se requiere ser Licenciado en Derecho, costarricense de origen y tener por lo menos cinco años de graduación profesional. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2007, Art. 53)

Indicación de procedencia.

Para definir denominaciones de origen, no se puede hacer a un lado que también existe un elemento conocido como: indicaciones geográficas, término que tiende a confundirse con el tema de esta investigación. Este problema se debe a que en ambos conceptos el producto proviene de una zona geográfica específica; más hay dos factores importantes que son los que diferencian una denominación de origen de una indicación geográfica, los cuales se desarrollarán más adelante.

Lo importante de esto es tomar en cuenta que hay un término que involucra estos dos elementos, conocido como: indicación de procedencia. Lo que viene a generar un poco más de confusión; pues indicación geográfica y de procedencia suenan muy similares; sin embargo, Rodríguez (2009), en su estudio sobre denominaciones de origen, indica:

Debido a que tanto en doctrina como en derecho comparado, se encuentran indistintamente los conceptos de indicación geográfica y denominación de origen, en este trabajo se parte del supuesto de que la "indicación de procedencia" es la expresión genérica que enmarca a las modalidades de "indicación geográfica" y "denominación de origen". (Rodríguez, 2009, p. 8)

Rodríguez (2009), en su estudio exhaustivo sobre un tema del que se sabe muy poco, como es la denominación de origen, comienza a adentrarse más en el término de indicación de procedencia y detalla que estas, a pesar de que incluyen dos elementos que se encuentran dentro del concepto de propiedad industrial, se dividen a la vez en dos grandes grupos que dependerán del nombre que lleve el producto; tal y como se puede ver en el siguiente párrafo:

A su vez, las indicaciones de procedencia por sí mismas presentan su clasificación, pues existen las directas que están constituidas por el nombre geográfico del país, región, departamento, provincia, ciudad u otra demarcación política o localidad y las indicaciones de procedencia indirectas. Estas no están confirmadas por el nombre de un lugar, sino más bien por un elemento figurativo, como un monumento, un edificio o un fenómeno topográfico, alguna palabra o expresión, la presentación como los colores nacionales, la forma de la botella o envase que indican al público consumidor una procedencia geográfica. (Rodríguez, 2009, p. 10)

Por su parte, la ley de marcas y otros signos distintivos de Costa Rica, publicada en el año 2000, no viene a definir el término de indicación de procedencia; pero sí establece como obligación que todos los productos, sin excepción alguna, deberán indicar el nombre del lugar de donde proviene el producto o donde se fabrica; así como la relación de esta zona con el productor, como se puede leer a continuación:

Todos los productos que se comercialicen deberán indicar claramente el lugar de producción o fabricación del producto, el nombre del autor o fabricante, la relación entre dicho productor o fabricante y el titular de la marca usada sobre el producto, cuando no sean esta persona, sin perjuicio de las normas aplicables sobre etiquetado e información al consumidor. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 30)

Indicación geográfica.

Para definir el primer elemento que constituye una indicación de procedencia, y que a su vez es parte de la propiedad industrial, Rodríguez (2009), citando a González (2000), define la indicación geográfica en los siguientes términos: “Son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación o características del producto sean imputables fundamentalmente a su origen geográfico” (p. 11).

Del concepto anterior, originario de una zona específica y características derivadas de un lugar en especial, son dos cualidades de una indicación geográfica que deben quedar grabadas; pues es la esencia de este término. El territorio del que proviene un producto, va a variar por condiciones climáticas, humanas, sociales, políticas y económicas a otras zonas; característica que hace que un producto sea diferenciador en relación con otros. Y así lo confirma también el ADPIC en su Artículo 22:

A los efectos de lo dispuesto en el presente Acuerdo, indicaciones geográficas son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico. (Organización Mundial del Comercio [OMC], 1994, Art. 22)

Pero no solo Rodríguez y la OMC sustentan ese mismo concepto. La ley de marcas también lo hace en su Artículo 2, en donde utiliza casi que esta redacción que los dos primeros; pero agrega que la mezcla de todas las características y signos que definen una zona son las que dan origen a una indicación geográfica. En la sección de definiciones, la ley aclara el concepto de la siguiente manera:

Una indicación que identifica un producto como originario del territorio de un país, o de una región o una localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación u otra característica del bien sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico. Todo signo o combinación de signos, en cualquier forma, serán susceptibles de constituir una indicación geográfica. (Así reformado por la Ley 8632) (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 2)

La ley de marcas cuenta con un reglamento propio, el cual ofrece una definición mucho más clara, sencilla y amplia sobre indicaciones geográficas. Este habla de que no solo el tema territorio es una de las originarias de una indicación geográfica; sino el factor humano y las técnicas que se lleven a cabo en la fabricación de ese producto; tales como: la tradición, las costumbres, e incluso el conocimiento. Para entender mejor este término, se desglosa el concepto a continuación:

Es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades y una reputación derivadas específicamente de su lugar de origen, consisten en el lugar de origen de los productos, pudiendo ser utilizadas no solamente para productos agrícolas sino que también para destacar las cualidades específicas de un producto que sean consecuencia de factores humanos propios del lugar de origen de los productos; tales como conocimientos y tradiciones de fabricación completos. El lugar de origen puede ser un pueblo, una región, una ciudad o un país. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2007, Art. 46)

Denominación de origen.

Para definir el segundo elemento que constituye una indicación de procedencia y el tema principal de esta investigación, la comunidad europea expone denominación de origen de una forma muy similar; por no decir que igual, a la de una indicación geográfica. Para ellos la zona geográfica es el único factor importante en una denominación. Ahí es donde se puede decir que ambos conceptos, indicación y denominación, tienden a generar confusión aún para las grandes instituciones y reglamentaciones; tal y como se muestra a continuación:

El concepto de denominación de origen se encuentra íntimamente relacionado con la zona geográfica de donde proceda un producto, desde el origen de la materia prima hasta la elaboración de dicho producto final. La producción, la transformación y la elaboración deben realizarse en una zona geográfica determinada y; llegando el caso, con una experiencia reconocida y comprobada. (Comunidad Europea (S.f.), citado por Rodríguez (2009), p. 12)

Sin embargo, años atrás, el arreglo de Lisboa, que es una de las reglamentaciones nacionales que tiene el país en temas de denominaciones de origen, del cual se habla más adelante en este capítulo; da una definición mucho más completa y clara que la de la comunidad europea. En efecto, el arreglo menciona que se va a depender de un área territorial específica; pero a su vez, de dos factores importantes tales como: naturales y humanos, como se puede leer a continuación:

Se entiende por denominaciones de origen, en el sentido del presente Arreglo, la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario de este y cuya calidad o características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 1958, Art. 2)

Para confirmar el concepto dado por el arreglo de Lisboa, tanto la ley de marcas de Costa Rica, como su reglamento; brindan una definición muy similar a la del primero. Ambas aclaran nuevamente que el producto debe venir de un lugar específico; pero que su calidad y características propias van a depender de los factores ya mencionados, tal y como se desglosa en los dos párrafos siguientes:

Denominación geográfica, designación, expresión, imagen o signo de un país, una región o localidad, útil para designar un bien como originario del territorio de un país, una región o localidad de ese territorio, y cuya calidad o características se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 2)

Se entiende por denominación de origen el nombre de una región, geográfica del país que sirva para designar un producto originario de esta y, cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en este los factores naturales y los humanos. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2007, Art. 47)

Por su parte, Macarena (2015) menciona que los factores humanos y culturales son los más importantes en una denominación de origen porque: “las materias primas deben proceder del lugar de origen; el producto debe ser procesado también allí y acreditar la presencia de factores naturales especiales o factores humanos, tales como técnicas y tradiciones de elaboración específicas” (p. 2).

Al leer el concepto de Macarena, se puede identificar un factor adicional al término de denominaciones de origen, la cultura; pero no es la única que lo hace. Rodríguez (2009), también lo hace con el factor geográfico cuando dice: "Precisamente, una denominación de origen se da cuando existe un vínculo directo entre la calidad de un determinado producto y la zona geográfica de donde procede, ya sea por la concurrencia de factores geográficos o humanos." (p.8)

Partiendo de las definiciones mencionadas anteriormente, se puede decir que una denominación de origen es en realidad, el nombre o denominación específica que lleva un producto que proviene de una zona determinada, la cual cumple con factores naturales, humanos, culturales y geográficos especiales, que hacen que el producto cuente con una calidad y características propias; diferentes del resto de productos que se ofrecen en el mercado. Ese nombre normalmente corresponde al lugar de donde proviene el producto; o a algún seudónimo específico que caracterice a la zona de origen.

Factores.

La Real Academia Española (s.f.), de ahora en adelante RAE, en su sección de búsqueda electrónica, de la edición del tricentenario, menciona que la palabra factor proviene del latín: -*ōris*, que significa: el que hace. Dentro de sus muchas definiciones, las cuales se encuentran orientadas a diferentes tipos de ciencias, menciona que un factor es un: "Elemento o causa que actúan junto con otros" (párr. 3).

Pérez y Gardey (2009), amplían el término: "En un nivel general, un factor es un elemento o una concausa (cosa que, junto con otra, es la causa de un efecto)" (párr. 3).

Partiendo de las dos definiciones expuestas en los dos párrafos anteriores, se puede decir entonces que un factor es todo aquello que al interactuar con otros elementos, se concierte en el causante de un resultado en específico. Esas causas pueden contribuir a un resultado variado, positivo o negativo, dependiendo de la actividad en cuestión; pero siempre van a dar origen a algo en especial.

Dentro de los factores que influyen en la denominación de origen se pueden mencionar los siguientes:

Apoyo externo.

Arano, Cano y Olivera, (2012), se refieren a los factores externos o generales como: “infinito e incluye todo lo que está fuera de la organización; así, las estrategias de la empresa no surgen de la nada. Y deben responder al entorno del negocio en que se encuentra inmersa la empresa” (p.62).

Tomando en cuenta la cita brindada en el párrafo anterior, se puede decir que un factor externo es todo aquello que no está directamente relacionado con las compañías; pero que si influye sobre ellas. En este caso, el apoyo que se tenga por parte del Estado, las instituciones relacionadas con este, la demanda, los precios de los productos, la competencia y los distribuidores; son parte de los elementos que pueden beneficiar o perjudicar a una empresa. Para esto es importante que las empresas diseñen estrategias robustas y claras, que les permita sobrepasar cualquier efecto negativo que sufran; o aprovechar los positivos.

Calidad.

El termino calidad se puede definir como uno de los aspectos que garantiza excelencia para donde sea que se aplique. Esta cualidad le da un valor agregado al producto que hace que se diferencie del resto de productos que ya se ofrecen en el mercado, que satisfaga las necesidades de los diferentes consumidores; y que a su vez, logre incrementar las utilidades de las compañías que ofrecen esta característica en sus productos o servicios. Así se puede leer en la definición que se expone a continuación, donde el autor menciona lo siguiente:

Existen múltiples perspectivas útiles a la hora de abordar el concepto de calidad. Si nos referimos a un producto, la calidad apunta a lograr una diferenciación de tipo cualitativo y cuantitativo en relación a algún atributo requerido. En cuanto al usuario, la calidad implica satisfacer sus expectativas y anhelos. Esto quiere decir que la calidad de un objeto o servicio depende de la forma en que este consiga cubrir las necesidades del cliente. También puede decirse que la calidad consiste en añadir valor al consumidor o usuario. (Pérez y Merino, 2008, párr. 4)

En el caso del queso turrialba, a continuación se puede ver una cita donde Granados et al., mencionan cuáles son los elementos que hacen que el producto cuente con una calidad única en el mercado, diferenciándolo de muchos otros; y dándole una ventaja muy grande:

Se establece cómo en esta zona delimitada se elabora un producto de unas características concretas y constantes de larga historia, que goza de una amplia reputación en el mercado nacional, existiendo unas prácticas de producción de materia prima y elaboración definidas y vinculadas con el territorio de producción de leche y fabricación de queso. (Granados et al. (2008, p. 3)

Capacitación.

La capacitación es uno de los elementos más importantes para alcanzar un objetivo, hacer las cosas de la mejor manera posible, perfeccionar las herramientas que se utilizan en los diferentes aspectos, obtener los máximos beneficios de algo en específico; y hasta para poder compartir el conocimiento con muchas otras generaciones. Sin una buena capacitación, es probable que exista un mal uso de la herramienta con la que se cuenta; y un desvío en el camino para el alcance de una meta.

Para comprender mejor este concepto, Pérez y Gardey, 2016, se refieren al término capacitación como: “se denomina capacitación al acto y el resultado de capacitar: formar, instruir, entrenar o educar a alguien. La capacitación busca que una persona adquiera capacidades o habilidades para el desarrollo de determinadas acciones”.

En el caso del queso turrialba, a continuación se puede ver cuáles son las capacitaciones que reciben los diferentes productores para obtener la certificación de una denominación de origen, requisitos que se pueden encontrar en diferentes Artículos de la normativa de uso del Consejo Regulador y del pliego de condiciones; utilizados para obtener el sello de origen:

Artículo 16°.- Registro de instalaciones de fabricación y maduración.

1. En el Registro de instalaciones de elaboración podrán inscribirse las situadas exclusivamente en la zona de producción que el Consejo Regulador considere aptas para elaborar quesos y que puedan optar a ser protegidos por la DENOMINACION DE ORIGEN.
2. En la inscripción figurará: nombre del propietario o arrendatario en su caso, razón social, localidad, características físicas, maquinaria, capacidad de elaboración volumen de producción amparado por la Denominación y si se trata de queso Turrialba, maduro o si ostentará la mención “Artesano”, y cuantos datos sean precisos para la perfecta identificación y catalogación de la quesería. En el caso de que la quesería se dedique a la maduración se hará constar esta circunstancia, así como las características, capacidad y volumen de fabricación. A tal fin se acompañará un plano o croquis a escala conveniente, donde queden reflejados todos los detalles de construcción e instalaciones.
3. Las cámaras que se empleen en la maduración de queso deberán indicar las condiciones en que esta se realiza, en cuanto a período, humedad relativa, temperatura y otros que el Consejo Regulador estime necesarios para el control de las características del proceso.
4. Las unidades que fabriquen o maduren otros tipos de queso no amparados por la DENOMINACION DE ORIGEN, lo harán constar expresamente en el momento de su inscripción, declarando expresamente de qué tipos de quesos se trata y se someterán a las normas que disponga el Pliego de Condiciones y a aquellas que el CONSEJO REGULADOR establezca a tal efecto para controlar estos productos y garantizar, en todo caso, la correcta elaboración de los que son protegidos por la DENOMINACION DE ORIGEN. (Junta Directiva de la Asociación de Productores de Santa Cruz de Turrialba, 2008, Art. 16)

Deberá cumplirse la legislación nacional en materia de denominaciones de origen y de derechos de propiedad intelectual. Ley de marcas y otros signos distintivos de 6 de enero de 2000 (Ley No. 7989) y sus reformas, y su Reglamento de febrero de 2000 y a lo establecido en el Reglamento de las disposiciones relativas a las denominaciones de origen contenidas en la Ley de marcas y otros signos distintivos. En materia de disposiciones para la aplicación de sanciones relacionadas con el mal uso de los derechos de la propiedad intelectual, se observará la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual (Ley 8039 de 12 de octubre del 2000; Diario Oficial La Gaceta 206 del 27 de octubre de 2000).

Igualmente, se acatará la legislación internacional vigente y pertinente en el país, incluidos los Convenios y acuerdos internacionales suscritos por el país, y toda la legislación vigente y pertinente que corresponda. (Granados et al., 2008, p. 23)

Conocimiento.

El conocimiento es un activo que forma parte del proceso productivo como un input o factor de producción (cualificación de los trabajadores o inversión en I+D) y como un output o producto (innovaciones que se concretan en nuevos procesos o nuevos productos, y capacidades). Es decir, desde el inicio hasta el final del proceso, el conocimiento está presente. (Sebastián y Benavides, s.f., p. 18)

Partiendo de la cita presentada anteriormente, se puede decir que el conocimiento es otro de los factores más importantes para poder llevar a cabo un proceso, de inicio a fin. Es probable que este factor esté muy relacionado con la capacitación; pues de esta depende todo el conocimiento que se pueda adquirir. Para poder adquirir conocimiento son necesarios los cursos, los entrenamientos, la práctica y la experiencia; en otras palabras, una clave para alcanzar este objetivo es el tiempo.

Cultura.

Para poder definir que es un factor cultural, es importante conocer primero a que se refiere el término: cultura, a lo que la RAE (s.f), define como un: “Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico; así como un conjunto de modos de vida y costumbres, religiones, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social” (párr. 2-3).

El término cultura, que proviene del latín *cultus*, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del Iluminismo, la cultura ha sido asociada a la civilización y al progreso.

En general, la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.

Otra definición establece que la cultura es el conjunto de informaciones y habilidades que posee un individuo. (Pérez, 2008, párr. 1-3)

Tomando como referencia las dos definiciones expuestas en los párrafos anteriores, se puede decir entonces que los factores culturales se definen como el conjunto de costumbres, tradiciones, formas y estilos de vida, religiones, actividades cotidianas, formas de vestir, relaciones sociales, educación y formaciones que tiene un individuo, que hacen que su forma de pensar sea única; y lo haga distinto de las otras personas con las que se desenvuelve.

Economía.

Para comenzar hablando del factor económico, es necesario comprender a que hace referencia este elemento. Para esto, la RAE, en su sitio virtual de definiciones, en internet, da una lista de significados para esta palabra; donde se puede leer lo siguiente:

Administración eficaz y razonable de los bienes. Conjunto de bienes y actividades que integran la riqueza de una colectividad o un individuo. Ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos. Contención o adecuada distribución de recursos materiales o expresivos. Ahorro de trabajo, tiempo u otros bienes o servicios. Ahorros mantenidos en reserva. Reducción de gastos anunciados o previstos. (RAE, s.f., párr. 2-8)

Por su parte, Pérez y Merino (2010), se refieren a los factores económicos desde un aspecto más empresarial, donde afirman lo siguiente: “los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. Estos recursos, por lo tanto, son necesarios para el desarrollo de las operaciones económicas, comerciales o industriales” (párr.1-2).

Con base en las citas anteriores, se puede decir que la economía es un factor determinante en cualquier compañía. La forma en que maximicen sus recursos, como distribuyen sus insumos; y las diferentes herramientas de ahorro, inversión y producción, forman parte de los elementos que deben considerar las compañías para alcanzar los objetivos deseados, crecer y sacarle provecho a los posibles beneficios que pueden recibir; durante el transcurso normal de sus operaciones.

Geografía.

Al hablar de fenómenos geográficos, es importante conocer que comprende una ciencia tan amplia como lo es la geografía. Y es que esta considera la forma en que el hombre se relaciona con todo lo que es la tierra, y los fenómenos que esta conlleva; tales como: relieve, clima, vegetación; entre otros aspectos. Para definir este tipo de factores, es necesario comprender la definición de geografía que brindan diferentes autores a continuación:

La geografía (del latín *geographia*, que a su vez deriva de un término griego compuesto) es la ciencia que se encarga de la descripción de la Tierra. También la palabra puede utilizarse para hacer referencia al territorio o al paisaje.

La geografía, por lo tanto, estudia el medio ecológico, las sociedades que habitan en él y las regiones que se forman al producirse esta relación. En otras palabras, se encarga de analizar la relación hombre-Tierra y los fenómenos geográficos de la superficie terrestre. (Pérez y Merino, 2008, párr. 1-2)

De tal forma se dice que es la rama de la ciencia que tiene por objeto de estudio conocer la ubicación espacial en la superficie terrestre de los hechos y fenómenos de carácter físico y humano, con base en su origen o causalidad, su extensión o magnitud, y establecer tanto sus correlaciones, como sus variaciones en el espacio y el tiempo. (Ramírez, Ruiz, Chaparro, Olmos y Leticia, 2015, p. 12)

En otras palabras, tomando como base las definiciones anteriores, se puede decir que los factores geográficos son aquellos que caracterizan o describen la forma de un territorio, paisaje o pedazo de tierra; así como la forma en que actúan los seres humanos en estos lugares, unos con otros, formando diferentes sociedades; y la forma en que estas se relacionan con fenómenos ecológicos, climáticos, de vegetación y de relieve.

Historia.

“Ciencia social que se encarga de estudiar el pasado de la humanidad. Por otra parte, la palabra se utiliza para definir al periódico histórico que se inicia con la aparición de la escritura e incluso para referirse al pasado mismo” así es como Pérez et al., (2008), definen el término: historia.

En otras palabras, la historia hace referencia al pasado y la evolución que ha tenido este, que lo convierte en la razón de ser hoy. No solo se puede aplicar a la humanidad, pues los procesos, los productos y las técnicas inclusive; cuentan con una trayectoria. Es probable que este vaya muy de la mano con la calidad; ya que la historia, es una de las mayores características con las que puede contar un producto, para hacerlo diferente al resto. El queso turrialba, cuenta con una historia mayor a los 100 años; lo que le da una mayor ventaja en el mercado local.

“Existen referencias históricas concretas acerca del origen del queso turrialba, que demuestran que su cuna está en Santa Cruz de Turrialba, y que refieren su origen a los años 70 del Siglo XIX” mencionan Granados et al. (2008), en su pliego de condiciones. (p. 13)

La llegada a la zona de Don Lucas Vargas, marca el inicio de la elaboración del queso Turrialba. Los Vargas eran parte de un grupo de familias que habían llegado desde España a Costa Rica en 1850, con el objetivo de dedicarse a la siembra de café. Un detalle interesante es que muchas de estas familias venían de la Mancha, donde se dedicaban a la cría de ovejas y vacas manchegas, famosas por la fabricación de quesos, cuajadas y mantequilla. Parece que algunos de los Vargas, nunca se acostumbraron al cultivo del café y decidieron buscar en el país una zona con clima más frío, algo más parecido a su tierra de origen, donde pudieran criar ovejas y vacas. (Granados et al. (2008), citando a Rivera (2005), p. 14)

En los primeros años el queso lo llevaban a vender a caballo y a pie al Valle Guayabal (hoy ciudad de Turrialba) y a Cartago. Luego, cuando en 1890 empezó a funcionar el ferrocarril, don Lucas Vargas y otros habitantes que habían llegado a Santa Cruz, enviaban en unas cajas de madera, queso para San José y Cartago. Las cajas de madera llevaban inscrita la leyenda “Queso de Turrialba, de Lucas Vargas para el tramo Gómez”, seguramente ahí se empezó a llamar por ese nombre al queso que llegaba desde estas tierras. Se sabe que la mercancía era mantequilla y queso; para entonces, ese queso se expendía en el mercado Central, que ya funcionaba en San José.

Otro hecho importante en la historia del “queso Turrialba”, se da en los años 1930, cuando don Florentino Castro, entonces un cafetalero de los más poderosos del país, adquiere la Hacienda El Volcán (en las faldas cercanas del volcán Turrialba), donde se tecnifica la elaboración del queso, mantequilla y natilla. Se sabe que es la primera vez que el queso y la mantequilla de Santa Cruz se venden empacados y con etiqueta. En 1950, ese queso se exportó a Chile e Inglaterra, junto al café que don Florentino exportaba.

Es posible que el reconocimiento de este queso haya sido precedido, y quizás promovido, por la existencia de un queso anterior, fabricado en las zonas de bajura del cantón de Turrialba, y que luego dejó de fabricarse, con el debilitamiento de esta actividad en estas áreas. (Granados et al. (2008), citando a Rivera (2005), p. 14)

Benito Pereira Vargas, oriundo de Santa Cruz, se desarrolló el reconocimiento del producto con el nombre “Turrialba”, a finales de la década de los 1950. Inicialmente, el producto se vendía solo en la región de fabricación y en la provincia de Cartago, pero su padre, uno de los pioneros y posteriormente el principal comercializador del queso de Santa Cruz en la provincia de San José, extendió la comercialización hacia esta provincia. Para entonces, el queso se transportaba desde Santa Cruz hasta su punto de venta, a un pequeño local comercial (conocido como “tramo”), ubicado al costado sur del Mercado Borbón; siendo además uno de los primeros locales dedicados a la venta de quesos en San José.

Con la comercialización en el área metropolitana, alrededor de las décadas 50 y 60, se amplió su reputación, ya siendo identificado con el nombre “Turrialba”, la que luego se extendió hacia otras zonas del país. El producto era reconocido por sus características particulares de sabor, aroma y textura. Los hijos de Don Benito siguieron con el negocio en este sitio, hasta finales de los años 70. Actualmente el antiguo local está ocupado por otro local comercial. (Granados et al. (2008), citando a Rivera (2005), p. 17)

Además de los ya mencionados, como la capacitación, la cultura, la historia y la economía, la naturaleza es otro de los factores influyentes; tal y como se expone a continuación:

Naturaleza.

Para comprender este tipo de factor, natural es la palabra clave para poder definir este término. Para esto, Pérez y Gardey (2009), definen natural así: “Del latín *naturalis*, el término natural tiene varios significados y usos. Se trata de un adjetivo que se refiere a aquello perteneciente o relativo a la naturaleza” (párr. 1).

Por su parte y no muy lejana de la definición brindada por Pérez y Gardey, la RAE (s.f.), en su diccionario electrónico, viene a afirmar el concepto brindado por ambos autores y agrega algunas palabras, donde define natural como “aquello perteneciente o relativo a la naturaleza o conforme a la cualidad o propiedad de las cosas, a lo que es nativo de un lugar, a algo regular y que comúnmente sucede” (párr. 1-6).

Es decir, los factores naturales son aquellos elementos propios de la naturaleza de una zona geográfica o lugar específico que no se pueden modificar; tales como: el clima, la vegetación, el relieve y la temperatura. Estos elementos son los que caracterizan un lugar desde otras partes; o bien, le dan identidad y reconocimiento a un producto, al asociarlo con elementos tan específicos. No se pueden cambiar e influyen directamente en cualquier proceso o actividad.

Producción.

Otro de los factores importantes a lo interno de las compañías es el productivo, para lo cual, López (s.f.), menciona que: “Los factores de producción son los bienes o servicios que se utilizan en los procesos productivos, es decir, los factores que se combinan para fabricar productos” (párr. 1).

La entrada (o inputs) son bienes duraderos, o no, que se utilizan para producir otros bienes mediante el uso de ciertos procesos y tecnologías de producción. En los modelos económicos teóricos, cada una de las entradas está incluida en una función que le dio la designación de la función de producción, que busca medir la cantidad máxima de producción para diferentes cantidades de factores productivos. (Nunes, 2015, párr. 2)

Es decir, la producción de una empresa depende de los insumos que adquiera una compañía, y de la forma en que esta los mezcle, para así obtener los productos deseados. Para desarrollar esto, es importante que los que tienen esta tarea en sus manos, estén perfeccionando constantemente sus tareas; de forma tal que, la calidad del producto mejore día con día. Esto posiblemente les va a permitir llevar los mejores productos al mercado, satisfaciendo la mayor cantidad de necesidades; e incrementado al máximo las ganancias.

Productores.

Los individuos son mucho más que un factor productivo en los planes de la administración, son miembros de sistemas sociales de muchas organizaciones, son consumidores de bienes y servicios e influyen de manera vital en la demanda, y son miembros de familias, escuelas, iglesias, asociaciones industriales y partidos políticos. En estas distintas funciones, los individuos establecen leyes que gobiernan a los administradores, comportamientos éticos que guían una tradición de dignidad humana que es una característica importante de nuestra sociedad. (Koontz, Weihrich y Cannice, 2012, p. 386)

En el ámbito organizacional existe el concepto de factor humano, el cual hace referencia a uno de los elementos que forman parte de una empresa y que reúne aquellas cualidades que las personas ponen al servicio de la organización para lograr los objetivos que se tengan. (Pérez y Gardey, 2009, párr. 8)

Dos definiciones lo suficientemente amplias para comprender a que se refiere el término: factor humano. El primero enfocado en la sociedad y el segundo en las organizaciones, ambos hacen referencia a que el factor humano es aquel del que la empresa va a depender en un 100%. En los mercados, los individuos son los que deciden lo que compran, el motivo por el que lo hacen y la necesidad que satisfacen cuando lo hacen, por lo que es importante que siempre se le ofrezcan productos de calidad, innovadores; y que cuenten con alguna distinción en relación con otros productos del mercado.

Por su parte, ya en las empresas, este factor viene a ser determinante en el alcance de los objetivos de la compañía. Si la empresa quiere crecer, es muy importante que los objetivos de los colaboradores estén enfocando en ese crecimiento; y por supuesto, motivarle en diferentes aspectos que le ayuden a estos, a realizar su trabajo de manera impecable, dando siempre la milla extra y alcanzando su meta. Detrás de un cliente feliz, existe un empleado entregado y una empresa incentivadora que reconoce el esfuerzo y la entrega.

Así mismo, una vez expuestos los factores que influyen en el aprovechamiento de una denominación de origen, se exponen a continuación los beneficios; los cuales dependen mucho de la ejecución que hagan los productores de la certificación en sus productos.

Beneficios.

El término beneficio es un concepto que puede abarcar diferentes áreas; es decir, va a variar dependiendo de la ciencia o disciplina donde se desarrolle; pero se puede describir como todo aquello positivo que se recibe como consecuencia de una acción en específico. Actúa como consecuencia de algo y siempre va a requerir de una acción para desarrollarse o presentarse. Al menos así se puede ver en las definiciones que se exponen a continuación:

La RAE (s.f.), en su sección de búsqueda electrónica, da varias definiciones cortas, pero bastante concretas sobre lo que es un beneficio, a lo que este diccionario se refiere como un bien que se hace o se recibe en algún momento, una ganancia económica que se obtiene de un negocio, inversión u otra actividad mercantil; o bien, un ingenio o hacienda donde se benefician productos agrícolas. (párr. 1-9)

Aunque es una definición más corta, Pérez y Gardey (2010), describen el término beneficio de una forma muy similar a como lo hace la RAE, hablando de ella como una utilidad y un bien; así: “Del latín *beneficium*, un beneficio es un bien que se hace o se recibe. El término también se utiliza como sinónimo de utilidad o ventaja” (párr. 1).

Crecimiento.

“El crecimiento es la acción y efecto de crecer. Este verbo, a su vez, hace referencia a tomar aumento natural, a producir aumento por añadir una nueva materia o a adquirir aumento en sentido simbólico” (párr. 2), de esta forma, Pérez et al., (2009), define el término crecimiento en su diccionario virtual.

En otras palabras, el crecimiento es aquel que le permite a una persona, cosa o proceso, pasar de un menor tamaño a otro más grande; de forma positiva. Este, la mayoría de veces, va de la mano con el tiempo; ya que no es algo que se da de la noche a la mañana. La importancia de este radica en que el crecimiento que se obtiene proviene de un elemento adaptado o agregado; ya sea para la mejora de algo o el alcance de un beneficio.

Derechos legales.

Para introducir este tipo de derecho, Tovar (2013), se refiere a los derechos legales así: “Los derechos legales son libertades o protecciones que tienen los individuos debido a que las leyes se los otorgan” (párr. 5).

Mientras que, Pérez et al., (2008), establece que el derecho legal: “está formado por las leyes, normativas, reglamentos y resoluciones creadas por el Estado para la conservación del orden social. Se trata de normas cuyo cumplimiento es obligatorio para todos los ciudadanos” (párr. 7).

Se puede decir entonces que los derechos legales hacen referencia a la flexibilidad y la protección que tienen las diferentes personas sobre algo específico. Este tipo de derechos normalmente se ven protegidos por diferentes tipos de documentos; tales como: leyes, normas o reglamentaciones; los cuales son aprobados a nivel nacional por el Estado. Con ellos se puede llegar a tener un orden; de forma tal que, los involucrados se vean protegidos, mientras disfrutan sus beneficios de forma responsable.

Desarrollo económico.

Pérez (2017), refiriéndose al desarrollo económico, divide ambas palabras: desarrollo y económico, y ofrece una definición para ambos términos; exponiéndolas así: “El concepto de desarrollo puede referirse al crecimiento o el progreso. Económico, por su parte, es aquello relacionado con la economía: el estudio de la producción, el intercambio y el consumo de servicios y bienes” (párr. 1).

Es decir, este posible beneficio va muy de la mano con el crecimiento; ya que desarrollo, tal y como se pudo leer en la cita anterior, significa crecimiento. Si hay crecimiento, la parte económica de un país o compañía se va a ver beneficiada incrementando las ganancias que ingresan a la empresa, aumentando la oferta y demanda de los productos en el mercado; y hasta fortaleciendo los precios de venta de estos últimos. Esto también se puede ver fundamentado en el párrafo que se presenta a continuación:

Evolución de la economía de manera tal que favorezca una mejora en la calidad de vida de la gente. Por lo general la noción se vincula a la creación de riqueza, aunque también abarca otras dimensiones como la distribución de dicha riqueza. (Pérez, 2017, párr. 2)

Diferenciación.

Para hablar del término diferenciación, Pérez et al., (2010), comienza refiriéndose al término diferencia así: “Diferencia es la cualidad que permite que algo se distinga de otra cosa. El término, que procede del latín *differentia*, puede utilizarse para nombrar a la variedad de cosas de una misma especie” (párr. 1).

La capacidad de diferenciarse de la competencia, permite a una empresa generar una posición única y exclusiva en el mercado.

El consumidor compara entre las marcas existentes en el mercado, y tiene una mayor tendencia a escoger aquellas marcas que se diferencien de forma positiva del resto, suponiendo esta diferenciación un valor relevante. (Moraño, 2010, párr. 4-5)

Aunque las dos definiciones brindadas en los párrafos anteriores son bastante claras, diferenciación es lo que convierte a un producto en algo totalmente diferente a lo que ya se ofrece en el mercado. Para esto el producto debe ofrecer un valor agregado, satisfacer una necesidad específica de los consumidores, llegar a segmentos del mercado diferentes, que el producto realice funciones avanzadas, dar un servicio a domicilio; o incluso, el clima, las temperaturas, la vegetación y otros. Es ofrecer un producto con elementos que ningún otro competidor ofrezca.

Promoción y publicidad.

Promoción y publicidad son dos términos de los que mucho se habla en Costa Rica y el mundo entero. Las ofertas en supermercados y tiendas y los anuncios publicitarios en radio, televisión o redes sociales, son actividades a las que se enfrentan los consumidores de todo el mundo cada día, cuando van para el trabajo, centros de estudio; o devuelta a sus casas. Estos dos aspectos mueven el planeta y su importancia es crucial en lo que al sector empresarial respecta; sin embargo, entre los dos hay una gran diferencia, la cual se expone en los párrafos que se presentan a continuación:

Guinsberg (2010), se refiere a la publicidad como un: “conjunto de técnicas dirigidas a atraer la atención del público hacia el consumo de bienes o servicios” (p.11).

Mientras que Alave (2009), se refiere al término publicidad como la: “Utilización de los medios pagados por un vendedor para informar, convencer y recordar a los consumidores un producto u organización, es una poderosa herramienta de promoción” (p. 6).

Este mismo autor, Alave (2009), explica la diferencia entre publicidad y promoción mencionando que el término promoción: “Cubre una amplia variedad de incentivos para el corto plazo - cupones, premios, concursos, descuentos - cuyo fin es estimular a los consumidores, al comercio y a los vendedores de la propia compañía” (p. 7).

Tomando en cuentas las dos definiciones expuestas, se puede decir que la diferencia entre la publicidad y la promoción radica en que la primera, se utiliza para dar a conocer un producto; es decir, sus funciones específicas, características, diseño, empaque y hasta la necesidad que satisfacen. Mientras que la segunda, es la actividad que se hace para que el consumidor se acerque y compre el producto; por ejemplo: promociones, cupones dos por uno, descuentos, combos gratis y demás.

Satisfacción del consumidor.

De las investigaciones realizadas por Milind Lele y Jagdich Sheth se identifican cuatro factores básicos y fundamentales para lograr la satisfacción del cliente, siendo estas: las variables relacionadas con el producto, las variables relacionadas con las actividades de ventas, las variables relacionadas con los servicios post-venta y las vinculadas a la cultura de la empresa. Los factores relacionados con el producto incluyen aspectos tales como diseño básico del producto, familiaridad de los diseñadores con las necesidades del consumidor, motivaciones que dirigen el trabajo de los diseñadores, procesos de producción, sistemas de control de calidad. En el área de las actividades de venta se incluyen factores como el tipo de mensaje que la empresa proyecta en su publicidad y programas promocionales, cómo selecciona y controla su fuerza de venta y sus intermediarios, y la actitud que estos proyectan hacia los consumidores. Los servicios post-venta incluyen cosas como garantías, repuestos y servicios, retroalimentación, atención de quejas y las actitudes de respuesta a los problemas planteados por los clientes. La cultura empresarial cubre los valores intrínsecos y las creencias de la empresa y los símbolos y sistemas, tangibles e intangibles, que la empresa utiliza para transmitir e inculcar estos valores en sus empleados a todos los niveles. (Lefcovich, 2009, p. 10)

En otras palabras, se puede decir que la satisfacción en el consumidor es una respuesta que se obtiene a cambio de una acción de compra. Si el cliente adquiere un producto que cumple con lo que este requiere, con sus exigencias y sus intereses, el sacrificio que hizo el cliente por la compra de este producto, sea en dinero, transporte o tiempo, se va a ver totalmente compensado. Este fenómeno depende completamente de la compañía y de la calidad en el producto ofrecido. Con una satisfacción en el consumidor, la empresa se garantiza que este vuelva a adquirir sus productos.

Semejanzas entre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas.

Macarena (2015) presenta una semejanza muy pequeña entre ambos términos cuando dice: “Un sello de indicación geográfica o denominación de origen indica que un producto proviene de un área o zona geográfica concreta y que sus cualidades o su reputación están relacionadas con su lugar de origen y dependen de él” (p. 1).

Macarena hace la similitud en términos de origen; sin embargo, Díaz también lo hace en su libro sobre la propiedad intelectual en América Latina y el Caribe; desde un punto de vista empresarial. De hecho, la semejanza que hace este autor es mucho más amplia y explicada en tres razones, las cuales dejan muy en claro que ambos términos buscan el crecimiento a nivel rentable, publicitario y de calidad; ya que ambos términos desarrollan diferentes campos de las empresas, que les permite trabajar en la mejora de los aspectos mencionados; tal y como se muestra a continuación:

Al igual que las marcas, las IG y las denominaciones de origen cumplen tres funciones: i) reducen los costos de búsqueda de información para el consumidor; ii) crean incentivos para que las empresas inviertan en calidad y publicidad, porque así obtendrán precios “de primer nivel” que contribuirán a valorizar su capital intangible y iii) pueden asegurar la rentabilidad de las inversiones en prestigio y calidad, dado que se trata de costos no recuperables que pueden ser elevados cuando se trata de introducir nuevos productos en el mercado. (Díaz, 2008, p. 153)

Diferencias entre la indicación de procedencia, la indicación geográfica y la denominación de origen.

Ha quedado claro que la denominación de origen alude a un lugar que designa a un producto con características atribuibles de manera exclusiva o esencial al medio geográfico de donde procede, incluyendo los factores naturales y humanos; la indicación geográfica se refiere solo al lugar de procedencia; mientras tanto, la indicación de procedencia, además de indicar el lugar geográfico, señala información adicional concerniente al productor y a otros actores o componentes. (Rodríguez, 2009, p. 14)

En el párrafo anterior, se puede ver como Rodríguez deja claro que ninguno de los tres términos: indicación de procedencia, indicación geográfica y denominación de origen, son lo mismo; y que poseen al menos un elemento que los diferencia unos de otros. De hecho, además de ese concepto, el autor se toma su tiempo para hacer una diferencia individual de cada término, indicando además los aspectos que es necesario que se lleven de forma efectiva, para dar origen al término correcto; los cuales se pueden ver en los siguientes tres párrafos:

La indicación de procedencia no significa necesariamente que el bien haya sido producido en el lugar mencionado, pues podría referirse sólo al lugar donde se distribuye o vende, o el lugar de sede o de uno de los establecimientos de la empresa o entidad que lo produce o comercializa. No requieren inscribirse en un registro. No requieren de control de calidad. No confieren un derecho exclusivo de uso. (Rodríguez, 2009, p. 15)

Rodríguez (2009) diferencia indicación de procedencia de indicación geográfica diciendo que: “La indicación geográfica alude al lugar de procedencia del producto pero sin conferir características exclusivas por el origen. No requieren control de calidad. No confieren un derecho exclusivo de uso” (p. 15).

La designación de origen designa el producto con el nombre del lugar geográfico. Liga, asimismo, la calidad y características del producto con el ambiente geográfico y los factores humanos. Necesitan del reconocimiento del Estado mediante la inscripción en un registro. Requieren de seguimiento, de control, para mantener la calidad del producto. Confieren un derecho exclusivo de uso. (Rodríguez, 2009, pp. 14-15)

En esta diferenciación, Rodríguez, en su estudio, vuelve a definir el concepto de denominaciones de origen agregando que este es similar a la indicación geográfica; pero recalca nuevamente que la calidad y características propias del producto son determinadas por los factores humanos y naturales; los cuales son importantes en este tipo de propiedad industrial; tal y como se puede ver a continuación:

Denominaciones de origen. Concepto similar a la indicación geográfica en cuanto que se aplica al producto o servicio que proviene de un sitio determinado pero con la diferencia de que en la denominación de origen se identifica además el porqué del sitio donde proviene se obtiene una calidad y condición del producto que le son propias por darse en esa región el medio geográfico, y a otros factores naturales y humanos. (Rodríguez (2009), citando a Corrales (2000), p. 12)

De esta forma, para dejar muy en claro los dos términos, Macarena (2015), en su Artículo, también expone la diferencia entre indicación geográfica y denominación de origen; esta vez de una forma breve, sencilla y específica, mencionando que: “La diferencia entre ambos sellos es que en la denominación de origen influyen también factores humanos y culturales que distinguen el producto” (p. 1).

Macarena (2015), continúa más adelante realizando una diferenciación entre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas argumentando que: “las denominaciones de origen se aplican más a productos más elaborados, asociados a factores humanos: un saber hacer, o a determinadas habilidades y tradiciones de fabricación, como es el caso de los quesos, las cecinas, las mermeladas, las conservas” (p. 2).

Por lo general, las indicaciones geográficas se aplican a productos agrícolas, productos alimentarios, vinos y bebidas espirituosas, debido a que estos productos suelen tener características que están relacionadas con el lugar donde se producen y su calidad está influida por factores geográficos, tales como el clima y el suelo. (Macarena, 2015, p. 2)

Importancia de las denominaciones de origen.

Ya comprendido el término de denominaciones de origen, se puede entender cómo un producto, gracias a una calidad y características diferenciadoras, puede aprovecharse de eso para competir con otros Artículos del mercado; quizá con cualidades inferiores a la del primero. La oportunidad de ingresar a nuevos mercados en el ámbito local o la posibilidad de pensar en la internacionalización no se descartan; y son parte de los posibles beneficios que se puede recibir con una denominación. Así lo afirma Rodríguez, en su amplia investigación sobre denominaciones de origen:

En el campo económico, las denominaciones de origen permiten ingresar a nuevos mercados, aumentan la demanda de los productos, promocionan las exportaciones, confieren prestigio o reputación al producto, fomentan la industria de calidad en todos los campos y tipos de empresas, fomentan el esfuerzo conjunto de productores y benefician al público consumidor con productos de una calidad. (Rodríguez, 2009, p. 19)

No obstante, Díaz, en su libro sobre propiedad intelectual, hace una afirmación muy importante cuando asegura que los elementos mencionados anteriormente; no se pueden lograr de forma satisfactoria si el canal informativo no es fuerte. Es necesario dar a conocer el producto, sus cualidades, que lo hace diferente en el mercado; y el motivo por el cual el consumidor debe adquirir ese producto. Así lo menciona Díaz en su libro:

La importancia económica de estas categorías de propiedad intelectual es de índole informativa. A falta de ellas, los productos de mala calidad desplazarían del mercado a los de buena calidad, debido a que los consumidores no podrían percibir ex ante las diferencias ni sabrían si el mayor precio de un producto determinado refleja efectivamente una mejor calidad. (Díaz, 2008, p. 153)

Ahora bien, el campo económico no es la única área en la que la denominación de origen tiene una importancia relativa; ya que al dar un nombre específico a un producto que nadie más en el mercado puede utilizar, da un beneficio legal; tal y como agrega Rodríguez (2009), cuando dice: “En el campo legal, las denominaciones le permiten a los consumidores no ser engañados y permite la exclusión de terceros que no tienen derecho a su uso” (p. 20).

En otras palabras, se puede decir que la importancia de las denominaciones de origen radica en su beneficio económico y legal; más no solo se limita a esos dos elementos. Los productores y consumidores, son en primera instancia, los mayores beneficiados con una denominación de origen; ya que al comprar un producto con ese sello, se garantizan que están adquiriendo un producto con una calidad inigualable, con mayores beneficios que el resto de los que pueden conseguir en el mercado; tal y como lo menciona Macarena en los dos párrafos siguientes:

El uso de una I.G. o D.O. beneficia a los productores, debido a que un sello o marca de esa naturaleza identifica y distingue claramente a un producto de sus similares, impidiendo que terceros no autorizados usen el nombre del producto registrado en productos que no son los originales, protegiendo así a los productores legítimos.

El sello permite a los consumidores identificar y comprar un producto que por sus características especiales se adecúa a sus necesidades. Como ya se ha señalado, una indicación geográfica o una denominación de origen aseguran a los consumidores que un producto procede de cierto lugar y posee ciertas características derivadas de dicho lugar de producción. Así, el uso de la I.G. o D.O. en el producto original evita el engaño a los consumidores, ya que estos se aseguran de estar comprando un producto genuino con cualidades y características específicas y no una imitación, lo que resguarda al mismo tiempo que los productores no pierdan parte importante de sus ganancias ni la reputación de sus productos. (Macarena, 2015, p. 3)

Normativa vigente sobre las denominaciones de origen.

De las denominaciones de origen es un término del que se dice muy poco actualmente; al menos en Costa Rica no es un tema del que se escucha todos los días en la televisión nacional, la radio o la prensa; sin embargo, es un tema que está en crecimiento; y que tal y como se vio en su importancia, puede traer grandes beneficios a nivel económico, legal, productivo y de consumidores. Para esto, el concepto cuenta actualmente con diversas reglamentaciones y convenios que velan por su correcta aplicación y protección; tanto a nivel nacional como internacional. No son enfocadas 100% en ellas; pero algunos de sus capítulos las incluyen.

Para fundamentar el párrafo anterior, se presentan a continuación dos definiciones sobre lo que las leyes respecta, las cuales ayudarán a comprender mejor a que hacen referencia estos aspectos jurídicos sobre las denominaciones de origen; en este caso específico sobre el queso turrialba:

Hernández (2008), se refiere a los factores legales de la siguiente manera: “hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tiene que pasar para entrar en operaciones en ese país” (párr. 2).

Está formado por las leyes, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita. (Calderón, 2011, párr. 7)

Normativa nacional sobre denominaciones de origen.

Ley de marcas y otros signos distintivos.

La Ley de Marcas en el título VIII, en el capítulo I (artículos 71-73) hace referencia al empleo de las indicaciones geográficas, la utilización en la publicidad, e indicaciones relativas al comerciante. Por su parte, el capítulo II del título VIII (Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas, artículos 74 al 81), establece el sistema y proceso operativo del reconocimiento de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas. Este sistema contempla un registro (artículo 74); las prohibiciones para el registro (artículo 75); como hacer la solicitud de registro (artículo 76); procedimiento de registro (artículo 77); concesión del registro (artículo 78); duración y modificación del registro (artículo 79); derecho del empleo de la denominación de origen o indicación geográfica (artículo 80) y anulación de registro (artículo 81). (García, 2010, p. 212)

A pesar de que la ley de marcas toca diferentes aspectos sobre denominaciones de origen, autores como Rodríguez mencionan que esta contiene información muy vaga y muchas omisiones; en lo que a denominaciones respecta; lo que probablemente impide que el proceso este se pueda llevar de forma satisfactoria; o incluso hacer que esta tenga un mayor crecimiento a nivel nacional. Este autor lo menciona así:

La Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos número 7978 de 6 de enero de 2000, publicada en la Gaceta número 22 del 1° de febrero del 2000, posiblemente por la ligereza con que se redactó para cumplir con los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio, presenta una serie de omisiones. En lo que concierne al tema de las denominaciones de origen, dichos descuidos son mayores: si se observa la legislación existente en otros países o los requisitos que señala la doctrina, puede comprobarse que nuestra Ley no define todos los componentes necesarios para regular correctamente la figura en estudio. (Rodríguez, 2009, pp. XV-XVI)

Ley de observancia de los procedimientos de los derechos de la propiedad intelectual.

Esta ley se encuentra en Costa Rica como la número: 8039; sin embargo, la información relativa a denominaciones de origen es aún más escasa que en la ley de marcas y otros signos distintivos. García (2010), destaca que: “Solamente el artículo 48 de esta ley hace referencia a las indicaciones geográficas y denominaciones de origen, estableciendo las acciones que constituyen utilización fraudulenta” (p. 213).

Normativa internacional sobre denominaciones de origen.

Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional.

Esta ley se encuentra registrada en Costa Rica como la número: 7634, y fue aprobada en el año 1958; hace varios años atrás. Esta fue establecida para proteger a cada uno de los territorios miembros, en temas de denominaciones de origen de productos que provengan de otros países; y que quieran poder utilizar dicha denominación de origen en el extranjero. Esto se puede ver redactado en el Artículo primero de este arreglo, de la siguiente forma:

Los países a los que se aplica el presente Arreglo se constituyen en estado de Unión particular en el ámbito de la Unión para la protección de la propiedad industrial. Se comprometen a proteger en sus territorios, según los términos del presente Arreglo, las denominaciones de origen de los productos de los otros países de la Unión particular, reconocidas y protegidas a dicho título en el país de origen y registradas en la Oficina de la Unión para la protección de la propiedad industrial. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 1958, Art. 1).

Denominaciones de origen registradas.

Productos como el champagne, el tequila, y hasta algunos vinos de España o Chile, más que reconocidos a nivel mundial, son ejemplos de productos que cuentan con una denominación de origen; los cuales le garantizan a sus clientes que lo que están consumiendo es de una calidad mucho más grande, que la de sus similares en el mercado. Actualmente, existe una gran cantidad de productos que cuenta con un sello de origen, algunos reconocidos solo en su país de origen; mientras que otros a nivel internacional; tal y como se verá a continuación:

Denominaciones de origen registradas a nivel internacional.

Algunos ejemplos son el tequila, licor fabricado a base de agave y que tiene su origen al norte de la ciudad de Guadalajara, en México; específicamente, en un pueblo de este nombre (Municipio de Tequila); o el reconocido queso Roquefort, caracterizado por su color azul y que se produce en una región del suroeste de Francia, específicamente en torno al municipio de Roquefort-sur-Soulzon. (Registro de la Propiedad Industrial de Costa Rica [RPI], 2013, p. 3)

Tal y como lo menciona el RPI de Costa Rica, en el párrafo anterior, el tequila y el queso Roquefort, son ejemplos de productos muy conocidos a nivel mundial que cuentan con un sello de origen. México y Francia, respectivamente, son grandes representantes de que una denominación de origen se puede llevar hasta el registro internacional; y darse a conocer por un producto característico. En el caso del tequila, la Dirección General de Normas de México, se refiere al producto tequila de la siguiente manera:

Bebida alcohólica regional obtenida por destilación de mostos, preparados directa y originalmente del material extraído, en las instalaciones de la fábrica de un Productor Autorizado la cual debe estar ubicada en el territorio comprendido en la Declaración, derivados de las cabezas de Agave tequilana weber variedad azul, previa o posteriormente hidrolizadas o cocidas, y sometidos a fermentación alcohólica con levaduras, cultivadas o no, siendo susceptibles los mostos de ser enriquecidos y mezclados conjuntamente en la formulación con otros azúcares hasta en una proporción no mayor de 49% de azúcares reductores totales expresados en unidades de masa, en los términos establecidos por esta NOM y en la inteligencia que no están permitidas las mezclas en frío. El Tequila es un líquido que, de acuerdo a su clase, es incoloro o coloreado cuando es madurado o cuando es abocado sin madurarlo.

El Tequila puede ser añadido de edulcorantes, colorantes, aromatizantes y/o saborizantes permitidos por la Secretaría de Salud, con objeto de proporcionar o intensificar su color, aroma y/o sabor. (Dirección General de Normas, 2006, pp. 7-8)

Para el cultivo y la obtención de la materia prima, la fabricación, el transporte, el empaque y la etiqueta, es necesario contar con todo un reglamento que se encargue de regular todos estos elementos; de forma tal que, no haya variaciones en los diferentes productores que se dedican a la elaboración del tequila. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, de ahora en adelante OMPI, se refiere a esto de la siguiente manera:

La producción de tequila está regida por la normativa federal mexicana, que define dónde puede elaborarse, dónde pueden cultivarse las plantas de agave para producirlo, qué es lo que debe figurar en la etiqueta, dónde puede embotellarse y qué cantidad de contenido debe estar elaborada con qué porcentaje de azúcares de agave. Por tanto, cuando veamos una botella con la etiqueta de “Tequila”, sabremos que vamos a tomar algo auténtico. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 2008, párr. 3)

Pero contar con un reglamento, no lo es todo. Por ser un producto con un sello de origen a nivel internacional, es necesario destinar una institución propia que se encargue de hacer cumplir este reglamento; de forma tal que, nadie interprete a su beneficio cada norma; y todos cumplan con las disposiciones establecidas. Esta institución se conoce como el Consejo Regulador del Tequila, de ahora en adelante CRT; y Becerra, funcionaria de esta institución, en el año 2011, la define así:

El Consejo Regulador del Tequila (CRT) es una asociación civil sin fines de lucro que sirve de pilar en la protección de la Denominación de Origen Tequila en México y el mundo. Para ello cuenta con cinco oficinas en el territorio mexicano y con cuatro oficinas internacionales localizadas en: Estados Unidos, Suiza, España y China, asegurando que únicamente las marcas de Tequila certificadas ostenten el nombre TEQUILA. (Becerra, 2011, p. 9)

El CRT (s.f.), en su sitio oficial, en la sección: ¿Quiénes somos?, viene a brindar más información a la definición de Becerra; ya que esta institución se define a sí misma como: “organización dedicada a verificar y certificar el cumplimiento con la Norma Oficial del Tequila, así como a promover la calidad, la cultura y el prestigio de la bebida nacional por excelencia” (párr. 1).

Becerra (2011), menciona que la denominación de origen del tequila comprende: “181 municipios de cinco estados de la República Mexicana: Jalisco con sus 125 municipios, Nayarit con 8, Guanajuato con 7, Tamaulipas con 11 y Michoacán con 30 municipios. Solamente en esos municipios se puede utilizar la materia prima, Agave tequilana Weber Variedad Azul, para la producción de Tequila” (p. 3).

Por su parte, Valle (2013), dedica uno de los Artículos de su blog personal en internet, a buscar información sobre uno de los productos más conocidos a nivel mundial provenientes de Francia, y que cuentan con el sello de origen, como lo es el queso Roquefort; donde él lo define de la siguiente forma: “El queso Roquefort se puede definir como un queso azul, graso, de pasta semiblanda, sin corteza, con enmohecimiento natural, elaborado con leche de oveja cruda y entera de la raza Lacaune” (párr. 2).

“El buen queso de Roquefort debe estar fresco con vetas azuladas en el interior, y ha de ser suave y delicado al gusto, su altura varía desde una pulgada hasta más de una tercia, y su peso, desde dos hasta cuarenta libras” así lo define Ascoytia (2012), en su sitio de internet, donde se pueden encontrar diferentes recetas de comida; lo cual permite ampliar la definición dada por Valle en el párrafo anterior. (párr. 18)

Valle, dentro de su investigación habla además de la zona geográfica que comprende el sello de origen de este tipo de queso, y hace una diferencia entre el lugar donde se fabrica el queso, el de donde se puede obtener la leche para la elaboración de este; y el de donde se afina dicho producto. Es decir, el proceso se puede llevar a cabo en tres zonas diferentes. Para sustentar esta afirmación, Valle se refiere así:

La zona geográfica que acoge la AOP Roquefort es la provincia de Aveyron, en la meseta de Causses, en donde se encuentra el pueblo de Roquefort-sur-Soulzon, y se diferencia entre el área de recolección de leche que comprende los departamentos de Lozère, Aveyron, Tarn, Aude, Hérault y Gard, mientras que la única localidad reconocida como zona de afinado es Roquefort-sur-Soulzon, que se realiza en sus peculiares cuevas naturales de la montaña de Combalou. (Valle, 2013, párr. 16)

La historia del queso Roquefort no es muy nueva, algunos historiadores afirman que la protección de origen de este producto se remonta al año 1666, en el siglo XVI; pero algunos creen que es mucho tiempo más atrás, donde reyes como: Luis XIV y Luis XV, fueron pioneros de la protección con la que cuenta este queso hoy día. Valle, en su Artículo de internet, donde habla sobre el queso Roquefort, se refiere a estas afirmaciones de la siguiente manera:

En el siglo XVI el rey Carlos VI de Francia (1368-1422), también llamado el Bien Amado, permite a los habitantes del lugar el monopolio de la fabricación de dichos quesos y es el Parlamento de Toulouse el que en el año 1666 confiere lo que hoy llamamos Denominación de Origen o el derecho a la exclusividad de fabricación a los habitantes de la zona.

También los reyes venerarían al Roquefort: Francisco I, Enrique II, Luis XIV y Luis XV tuvieron gran influencia en el desarrollo de este producto y proclamaron escritos para proteger su producción. De algún modo fueron pioneros, cada uno en su época, de una denominación de origen y favorecieron que el Roquefort se considerara posteriormente como " El queso de los reyes". (Valle, 2013, párr. 9-10)

Pero Valle no es la única persona que se refiere a los antecedentes del queso Roquefort de esta manera, Ascoytia también lo hace en su recetario de internet; usando casi que estas palabras que el primer autor. Este menciona este año, el nombre del Parlamento, el cual coincide con la definición de Valle; y la exclusividad de los productores de la zona, de la siguiente forma:

De lo que se tiene constancia cierta es que en el siglo XVI el rey Carlos VI de Francia (1368-1422), también llamado el Bien Amado, permitió a los habitantes del lugar el monopolio de la fabricación de dichos quesos y es el Parlamento de Toulouse el que en el año 1666 confiere lo que hoy llamamos Denominación de Origen o el derecho a la exclusividad de fabricación a los habitantes de la zona. (Ascoytia, 2012, párr. 6)

Por otro lado, en la región de Parma, en Italia, se encuentra otro producto muy reconocido a nivel internacional; conocido como el jamón de Parma. Este producto, al igual que el tequila, cuenta con institución encargada de regular la certificación de este y de hacer constar que un producto cumple con dicho sello o no. El OMPI se refiere a este producto como uno de los famosos en el mundo, para el cual se dirige de la siguiente manera:

Para que el jamón reciba la denominación de Parma, debe haberse elaborado en la provincia de Parma, en la región Emilia-Romagna, situada en la parte septentrional del centro de Italia, utilizando exclusivamente cerdos de esa zona. Cada fase de la producción, desde la crianza de los cerdos y su alimentación hasta su elaboración y envasado final, está estrechamente vigilada y controlada por el Istituto Parma Qualità. Solamente ese Instituto puede otorgar al producto final la etiqueta con el sello de la corona ducal de Parma de cinco puntas, que certifica el jamón como verdadero jamón de Parma. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 2008, párr. 2)

Denominaciones de origen registradas a nivel nacional.

Según el RPI (2013), en una publicación que realizó sobre la propiedad intelectual, menciona que el único producto que cuenta actualmente con el sello de la denominación de origen en el país, es el queso turrialba, el cual fue solicitado por la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz de Turrialba; para identificar el queso producido en las zonas altas del cantón (p. 4).

Ante esta afirmación, Granados et al. (2008), en su pliego de condiciones, el cual es entregado a cada uno de los productores que desean trabajar con esta certificación, se refieren a este sello de origen así: "Se establecen dos tipos de queso amparado a la Denominación: "Turrialba Fresco" y "Turrialba maduro". Además, ambas categorías podrían llevar la leyenda "Queso artesanal" (p. 1).

En este pliego, Granados et al dan una definición muy amplia y concreta sobre lo que es el queso turrialba, su esencia y principales características; más no solo eso, también hacen mención de la única zona geográfica que comprende esta certificación; la altura de estos lugares y los límites de cada uno de ellos. Estas afirmaciones se pueden sustentar de acuerdo con los tres párrafos siguientes:

El queso Turrialba es un queso natural, fresco, semi-duro, bajo en grasa, de color blanco cremoso a amarillo cremoso, de aroma suave con recuerdo a la leche de procedencia, obtenido a partir de leche de vaca natural, cruda o pasteurizada, a través de métodos de fabricación tradicionales, conservando el sabor, aroma y características propias de la leche natural de la región donde se produce.

El Turrialba maduro, ha acentuado estas características, al haber sido sometido a un proceso de maduración natural de 15 a 30 días de duración en queserías ubicadas en la región delimitada, que le otorgan unas características específicas de calidad. (Granados et al, 2008, p. 1)

Específicamente, el área geográfica delimitada para denominación de origen comprende la zona norte de Turrialba, a partir de una altitud de 900 m.s.n.m., desde su límite sureste en la comunidad de Rafael, del distrito de Santa Rosa, hasta la parte superior del Volcán Turrialba (3328 m.s.n.m.), al noreste del cantón Central de Turrialba. Al suroeste, desde (el puente sobre) el río Turrialba, límite natural y administrativo con el cantón de Alvarado hasta el extremo opuesto noreste, en la localidad de Bonilla. (Granados et al, 2008, p. 4)

Para cumplir con el sello de origen brindando por el RPI, aparte de ser fabricado en una zona geográfica específica, el proceso que se lleva a cabo para la elaboración del queso turrialba está condicionado también. El ganado debe contar con diversas certificaciones, la leche, al igual que el queso, debe ser de estos lugares permitidos para la producción del queso; mientras que el ordeño, deberá ser realizado bajo estrictas medidas sanitarias.

Así mismo, los lugares donde se conservará la leche obtenida después de ordeñar las vacas, no podrá permitir la reproducción de ningún microorganismo, el transporte y recogida de esta leche no podrá ser mayor a lo recolectado en dos ordeños, los utensilios deberán ser de acero inoxidable y el medio de transporte deberá cumplir con todas las normas de higiene necesarias. Estas afirmaciones se pueden sustentar en los párrafos que se encuentran a continuación:

El ganado utilizado en la producción de leche para la fabricación del queso protegido deberá estar oficialmente declarado y certificado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería como hato libre de enfermedades, a criterio de esta Institución, y estar sometido a los controles oficiales que garanticen la permanencia de esta condición. (Granados et al, 2008, p. 18)

La leche empleada en la fabricación de queso Turrialba, debe proceder en su totalidad de la región geográfica delimitada para la DO. El Órgano de Control podrá revisar esta disposición de acuerdo a criterios justificados y avalados técnicamente y a la luz de las condiciones dispuestas para la DO. (Granados et al, 2008, p. 18)

El ordeño se realizará en condiciones que garanticen la obtención higiénica de la leche y según las normas que establece la legislación vigente. Deberán observarse las Buenas Prácticas de Ordeño (BPO).

Una vez ordeñada, la leche se conservará en la forma más conveniente para evitar el desarrollo de microorganismos y la contaminación medioambiental.

La recogida y transporte de la leche se organizará de forma que no se mezcle y almacene más leche que la procedente de dos ordeños.

Deben usarse implementos de acero inoxidable. Para el acopio y transporte de leche se debe usar un tanque de enfriamiento y debe ser transportada en vehículo cisterna o bien con equipo de enfriamiento adecuado para mantener la leche en frío y sin deterioro hasta su lugar de fabricación (excepto de que se trate de queso Artesano). El vehículo debe cumplir con todas las medidas de higiene requeridas por la legislación y no deben transportarse junto con otros productos o residuos que puedan contaminar la leche. (Granados et al, 2008, p. 19)

Solicitud de registro de las denominaciones de origen.

El registro de una denominación de origen se puede hacer tanto a nivel nacional como internacional; sin embargo, para poder hacerlo en el exterior; la denominación ya debe estar inscrita a nivel local. La solicitud de registro es distinta en ambos casos; pero para cualquiera de las dos inscripciones se debe seguir una serie de pasos que garanticen el registro de dicha denominación; ante la autoridad competente. A continuación se presentan los dos escenarios en los que se puede solicitar el registro de una denominación; así como sus pasos:

Solicitud de registro de las denominaciones de origen a nivel nacional.

La ley de marcas y otros signos distintivos, en su Artículo 74, comienza hablando sobre los registros que debe mantener el Registro de la Propiedad Industrial sobre denominaciones de origen; así como la forma en que se deberá hacer el registro de un producto. El registrar un Artículo a nombre de una zona geográfica específica, les permite a productores de esta zona hacer uso de la denominación de origen; siempre y cuando cumpla, con las condiciones establecidas. Ante esto, la ley se refiere de la siguiente manera:

El Registro de la Propiedad Industrial mantendrá un registro de denominaciones de origen y de indicaciones geográficas.

Las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas, nacionales o extranjeras, se registrarán a solicitud de uno o varios de los productores, fabricantes o artesanos, que tengan su establecimiento de producción o de fabricación en la región o en la localidad a la cual corresponde la denominación de origen o la indicación geográfica, o bien, a solicitud de alguna autoridad pública competente. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 74)

Más adelante, en su Artículo 76, esta ley menciona de forma específica todos y cada uno de los pasos que se deben seguir para poder registrar un producto bajo una denominación de origen; que más que pasos, lo que deben otorgar es una serie de información relacionada con el Artículo que se desea registrar; tales como: el nombre, las características o el lugar geográfico. Esto se puede ver en el párrafo que se detalla a continuación:

La solicitud de registro de una denominación de origen o una indicación geográfica indicará:

- El nombre, la dirección y nacionalidad de los solicitantes y el lugar donde se encuentran sus establecimientos de producción o fabricación.
- La denominación de origen o la indicación geográfica cuyo registro se solicita.
- La zona geográfica de producción a la que se refiere la denominación de origen o la indicación geográfica.
- Los productos o servicios para los cuales se usa la denominación de origen o la indicación geográfica.

- Una reseña de las cualidades o características esenciales de los productos o servicios para los que se usa la denominación de origen o la indicación geográfica. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 76)

Solicitud de registro de las denominaciones de origen a nivel internacional.

A nivel internacional, es el arreglo de Lisboa la reglamentación que establece, de forma específica, los pasos a seguir para registrar una denominación, la cual, ya inscrita a nivel local desea inscribirse también en el exterior. A diferencia de la ley, el arreglo sí establece cuáles son los pasos, uno a uno; y no solo la información que se debe aportar para el registro del producto como una denominación de origen. A continuación, se detalla de forma textual lo establecido por el arreglo de Lisboa referente a la solicitud:

- El registro de las denominaciones de origen se efectuará en la Oficina Internacional para la protección de la propiedad industrial, a petición de las Administraciones de los países de la Unión particular, en nombre de las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, titulares del derecho de usar estas denominaciones según su legislación nacional.
- La Oficina Internacional notificará sin demora los registros a las Administraciones de los diversos países de la Unión particular, y los publicará en una colección periódica.
- Las Administraciones de los países podrán declarar que no pueden asegurar la protección de una denominación de origen, cuyo registro les haya sido notificado, pero solamente en tanto en cuanto su declaración sea notificada a la Oficina Internacional, con indicación de los motivos, en el plazo de un año a contar de la recepción de la notificación del registro, y sin que dicha declaración pueda irrogar perjuicio, en el país de referencia, a las demás formas de protección de la de nominación que podría exigir el titular de esta, conforme al artículo 4 que antecede.
- Dicha declaración no podrá ser opuesta por las Administraciones de los países unionistas después de la expiración del plazo de un año previsto en el párrafo precedente.

- La "Oficina Internacional le comunicará a la Administración del país de origen, en el plazo más breve posible, toda declaración hecha conforme al párrafo (3) por la Administración de otro país. El interesado, avisado por su Administración nacional de la declaración hecha por otro país, podrá ejercitar en dicho país todos los recursos judiciales o administrativos pertenecientes a los nacionales de este país.
- Si una denominación admitida a la protección en un país, previa notificación de su registro internacional, estuviere ya utilizándose por terceros en dicho país, desde una fecha anterior a dicha notificación, la Administración competente de dicho país tendrá la facultad de conceder a tales terceros un plazo, que no podrá exceder de dos años, para poner fin a la referida utilización con la condición de informar de ello a la Oficina Internacional dentro de los tres meses siguientes a la expiración del plazo de un año estipulado en el párrafo (3) que antecede. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 1958, Art. 5)

Prohibiciones para el registro de una denominación de origen.

En el Artículo 75 de la ley de marcas, se detallan los posibles motivos por los cuales no se podrá registrar un producto bajo el nombre de una denominación de origen. En caso de que un Artículo cuente con alguno de estos causales, se rechazará dicha solicitud o se indicará que no es posible hacer uso de ella en el territorio costarricense. En la ley, se muestra redactado de la siguiente manera:

A petición de una persona con interés legítimo o de oficio, en el Registro de la Propiedad Industrial no podrá registrarse, como denominación de origen o indicación geográfica, un signo que:

- No se conforme a la definición de denominación de origen o indicación geográfica contenida en el artículo 2 de esta Ley.
- Sea contrario a las buenas costumbres o al orden público o pueda inducir al público a error sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características o cualidades o la aptitud para el empleo o el consumo de los respectivos productos.
- Sea la denominación común o genérica de algún producto. Se estima común o genérica, cuando sea considerada como tal por los concededores de este tipo de producto y por el público en general.

- Sea susceptible de causar confusión con una marca o una indicación geográfica o denominación de origen objeto de una solicitud o registro pendiente de buena fe.
- Sea susceptible de causar confusión con una marca o una indicación geográfica o denominación de origen, usadas desde una fecha anterior por un tercero con mejor derecho de obtener su registro, de conformidad con el artículo 17 de esta Ley, para estos productos o servicios o productos o servicios diferentes, pero susceptibles de ser asociados con los que distinga la respectiva marca, indicación geográfica o denominación de origen en uso.

Podrá registrarse una denominación de origen o una indicación geográfica acompañada del nombre genérico del producto respectivo o una expresión relacionada con este producto; pero la protección no se extenderá al nombre genérico ni a la expresión empleados. (Así reformado por la Ley 8632) (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 75)

Procedimiento de registro de las denominaciones de origen.

Más que un procedimiento y una guía para quien desee inscribir un producto bajo una denominación de origen, en su Artículo 77, la ley se enfoca en describir la forma en que se revisará cada solicitud de registro antes de ser aprobada. Esto genera cierto grado de confusión; ya que no se comprende muy bien si el Artículo está dirigido para este Registro de la Propiedad Industrial o para el solicitante, pues no se menciona; tal y como se puede ver a continuación:

La solicitud de registro de una denominación de origen o indicación geográfica, se examinará con el objeto de verificar que:

- Se cumplen los requisitos del artículo 76 de esta Ley y las disposiciones reglamentarias correspondientes.
- La denominación o indicación geográfica cuyo registro se solicita no está comprendida en ninguna de las prohibiciones previstas en el primer párrafo del artículo 75 de esta Ley. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 77)

Concesión del registro de una denominación de origen.

El Artículo 78, de la ley de marcas y otros signos distintivos, hace referencia a los elementos que se indicarán una vez que se dicte la resolución del registro de un producto bajo una denominación de origen; así como el lugar donde se llevará a cabo la publicación de esta para que esta pueda comenzar a regir. La zona geográfica y las características del producto no pueden faltar al momento de la resolución; tal y como se puede leer a continuación:

La resolución por la cual se concede el registro de una denominación de origen o una indicación geográfica y la inscripción correspondiente, indicarán:

- La zona geográfica delimitada de producción cuyos productores, fabricantes o artesanos tendrán derecho a usar la denominación o indicación geográfica.
- Los productos o servicios a los cuales se aplica la denominación de origen o indicación geográfica.
- Las cualidades o características esenciales de los productos o servicios a los cuales se aplicará la denominación de origen o indicación geográfica, salvo cuando, por la naturaleza del producto o el servicio u otra circunstancia, no sea posible precisar tales características.

El registro de una denominación de origen y el de una indicación geográfica serán publicados en el Diario Oficial La Gaceta. (Así reformado por la Ley 8632) (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 78)

Duración y modificación del registro de una denominación de origen.

El registro de una denominación de origen o de una indicación geográfica tendrá duración indefinida. Podrá ser modificado en cualquier momento cuando cambie alguno de los puntos referidos en el primer párrafo del artículo 78 de esta Ley. La modificación del registro devengará la tasa establecida y se sujetará, en cuanto corresponda, al procedimiento previsto para el registro de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas. (Así reformado por la Ley 8632) (Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, 2000, Art. 79)

Tal y como se puede leer en el párrafo anterior, la duración de una denominación de origen es de carácter indefinido; y el hecho de que esta se use o no, no quiere decir que esta se invalidará; al contrario, esta seguirá en aplicación de no ser que se solicite su nulidad. Así mismo, cualquier cambio que se le quiera hacer a dicha denominación, podrá ser realizado en cualquier momento.

Derechos de empleo de la denominación de origen.

En cuanto al uso de una denominación de origen, la ley de marcas, en su Artículo 80, establece que solo los fabricantes autorizados pueden hacer uso de una denominación; y en caso de que alguno de los no autorizados haga uso de ella, deberán llevar procesos legales ante los tribunales de justicia por el rompimiento de la norma; esto se puede sustentar en el párrafo que se detalla a continuación, donde la ley menciona lo siguiente:

Solo los productores, fabricantes o artesanos autorizados para usar comercialmente una denominación de origen o una indicación geográfica registrada, podrán emplear, junto con ella, la expresión “denominación de origen” o “indicación geográfica”. Las acciones relativas al derecho de usar una denominación de origen o una indicación geográfica registrada, se ejercerán ante los tribunales. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 80)

Anulación del registro de una denominación de origen.

En su último Artículo, relativo a denominaciones de origen, la ley menciona la forma en que declarará nulidad sobre el registro de una denominación de origen. Esto se dará cuando alguna de las personas autorizadas solicite la anulación de este; o bien, cuando se logre comprobar que el producto se encuentra dentro de las prohibiciones ya mencionadas anteriormente. Esto se fundamenta en el párrafo detallado a continuación:

A pedido de cualquier sujeto con interés legítimo, el Registro declarará la nulidad del registro de una denominación de origen o indicación geográfica cuando se demuestre que está comprendida en alguna de las prohibiciones previstas en el artículo 75 de la presente Ley, o bien, que la denominación o indicación geográfica se usa en el comercio de una manera que no corresponde a lo indicado en la inscripción respectiva, conforme al primer párrafo del artículo 78 de la presente Ley.” (Así reformado por la Ley 8632) (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 81)

CAPÍTULO III – MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

El enfoque de la presente investigación es de carácter cualitativo; ya que como se ha mencionado en otros apartados de este proyecto, el objetivo fundamental de esta investigación radica en examinar el aprovechamiento otorgado a la denominación de origen del queso turrialba. En otras palabras, lo que se pretende es evaluar si el aprovechamiento de la identidad de este queso en específico está generando los mayores beneficios; o si por el contrario, no está generando más que pérdidas para el sector, por medio de las opiniones, experiencias y criterios de los productores.

El enfoque cualitativo es el más recomendable para esta investigación, porque para examinar el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba, se busca información a través de fuentes cercanas de un grupo de personas, en este caso, los productores; quienes serán el objeto de esta investigación. Con ayuda de ellos, se evalúa su relación con la identidad adquirida para el queso turrialba, en cuanto a los factores que influyen en dicha identidad; así como los beneficios que dicha certificación les brinda a través su implementación.

El examinar involucra que durante el proyecto se deba realizar una profunda investigación, con el fin de determinar todos aquellos factores que influyen en el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba; y a la vez, que permita identificar los beneficios que generaría la aplicación de la calificación de este queso en las empresas productoras.

La investigación se lleva a cabo en la zona de Santa Cruz de Turrialba y otras instituciones; ideales para poder recolectar la información que permita poder examinar, interpretar y asociar las unidades de análisis, y así llegar a las conclusiones pertinentes.

Con los resultados obtenidos a partir de esta investigación, no se hará ningún tipo de generalización al respecto; pues lo que se pretende es adquirir la información que responda a los objetivos en los que se basa esta investigación, así como que la interpretación que se le dé a los resultados, gracias a la aplicación teórica y de campo, contribuya a crear valor teórico; de forma tal que las zonas productoras de Turrialba y las diferentes entidades públicas puedan utilizar este recurso como un medio para tomar mejores decisiones o idear estrategias y mecanismos que permitan darle un mejor aprovechamiento a la identidad del queso turrialba.

Aunque se cuenta con objetivos que trazan el camino a seguir de la presente investigación, no se debe dejar por fuera que una investigación con enfoque cualitativo, no cuenta con un procedimiento definido; ya que la información que se vaya obteniendo durante el desarrollo de esta, es lo que irá dando las respuestas necesarias. Para esto, la entrevista constituirá una herramienta poderosa, la cual tendrá una estructura específica; sin embargo, debe ser lo suficientemente flexible para escuchar variaciones y diferentes versiones; pasa así obtener respuestas aún más importantes, y crear valor agregado a la investigación.

Según Hernández (2014), “el enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p. 7). En otras palabras, se puede decir que el enfoque cualitativo utiliza preguntas que pueden surgir antes, durante o después de la recolección y el análisis de datos; es decir, la estructura de preguntas que se plantea para llevar a cabo la entrevista de la investigación, pueden irse modificando conforme se da el desarrollo de esta y surgen nuevas interrogantes, siempre y cuando sean preguntas relacionados con los objetivos de la investigación.

Diseño de la Investigación

Como parte de un enfoque de carácter cualitativo en la presente investigación, el paradigma a utilizar es el interpretativo; ya que este tiene dentro de sus principales funciones el comprender, dar significado y poner en acción los resultados obtenidos. Como ya se ha mencionado, la investigación lo que pretende es obtener información, interpretarla, y poder llegar a diversas conclusiones que permitan dar una respuesta a los objetivos propios de esta investigación; de forma tal que, la información encontrada, se utilice como una herramienta que permita idear nuevos caminos a seguir; ya sea por las diferentes productoras, o este Estado.

Según Hernández (2014), "el paradigma interpretativo intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas le otorguen". (p.9). En otras palabras, se puede decir que este paradigma lo que hace es interpretar cada una de las respuestas que otorgan cada uno de los entrevistados; y con base en ello, llegar a dar fundamento a los diferentes objetivos de la investigación. Por esta razón, es de suma importancia que las preguntas siempre estén enfocadas en lo que realmente se quiere estudiar, los objetivos de la investigación; para que la interpretación siempre esté direccionada en dar respuesta a estos.

El paradigma interpretativo emerge como: "...alternativa al paradigma racionalista, puesto que en las disciplinas de ámbito social existen diferentes problemáticas, cuestiones y restricciones que no se pueden explicar ni comprender en toda su extensión desde la metodología cuantitativa. Estos nuevos planteamientos proceden fundamentalmente de la antropología, la etnografía, el interaccionismo simbólico, etc. Varias perspectivas y corrientes han contribuido al desarrollo de esta nueva era, cuyos presupuestos coinciden en lo que se ha llamado paradigma hermenéutico, interpretativo -simbólico o fenomenológico. (Martínez, 2013, p. 4)

El paradigma interpretativo fundamenta sus bases en las acciones humanas y la práctica social, características que van muy de la mano del objeto de esta investigación; ya que la información que se pretende obtener, se estaría buscando en los diversos grupos sociales como el Estado, y las diferentes productoras de la zona de Turrialba. En ellos es donde se encuentra la verdad del proceso, el verdadero aprovechamiento del queso turrialba, los factores que influyen en este; y los beneficios esperados por las productoras al aplicar esta identidad en sus propias empresas.

Martínez (2013), se refiere al objetivo del paradigma interpretativo así: “su objeto es el desarrollo de conceptos que ayuden a comprender los fenómenos sociales en medios naturales dando la importancia necesaria a las intenciones, experiencias y opiniones de todos los participantes” (p. 5).

Para este caso, el paradigma interpretativo se desarrolla bajo el medio ideográfico; ya que este se encarga de comprender las particularidades individuales y únicas de los objetos de estudio. Las productoras y las diferentes entidades estatales encargadas de controlar el proceso de las denominaciones de origen, realizan funciones y actividades unas independiente de la otras; de forma tal que, no se pueden estudiar como un todo, de lo contrario, es necesario obtener información de ambos grupos, comprender sus diferentes procesos y fines; y con base en ello, poder llegar a mejores resultados en línea con los objetivos del proyecto.

La presente investigación, tiene un alcance exploratorio; ya que es un tema poco estudiado.

Muestra de la Investigación

Población

Según Lepkowski (2008), citado por Hernández (2014), el término población se define como un conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (p. 174). Es decir, se puede definir desde un aspecto geográfico y social, biológico, y hasta demográfico; sin embargo, en todos los casos hace referencia a un grupo de individuos que comparten un elemento en común; o bien, que se relacionan entre sí para lograr una función específica. En esta investigación, el término, hace referencia al grupo de personas que estarán siendo tomadas como el objeto de investigación; quienes permitirán llevar a cabo el desarrollo de esta.

Por esta razón, la población a estudiar en este caso son los productores de queso de la zona de Turrialba, quienes se encuentran adheridos a la denominación de origen de este y los principales beneficiarios con esta certificación. Así mismo, se toma en cuenta a las empresas encargadas de asesorar a los diferentes productores para que opten por este tipo de certificación; y a todas aquellas instituciones estatales o gubernamentales que se encargan de otorgar dichos certificados, una vez que los diferentes productores cumplen con los requisitos necesarios. De esta forma, se tiene una visión panorámica con todos los involucrados en la certificación de origen.

Muestra

La presente investigación utiliza una muestra de la población detallada en la Tabla 1 como objeto de análisis. Para este caso específico, la muestra por utilizar es de tipo no probabilística. La elección de la muestra se estará llevando a cabo mediante la selección intencionada; ya que se requiere seleccionar productores y funcionarios que conozcan de esta identidad y que contribuyan a mejorar los resultados.

Tabla 1. Muestra de la Investigación

Entrevistado	Nombre del Entrevistado o de la Empresa	Justificación de la Entrevista
1	Productor 1	La importancia de la entrevista a este subgrupo de la población, radica en la experiencia con la que cuenta este sector de llevar a cabo el proceso de fabricación y distribución del queso turrialba; así como el estar acogidos a la D.O. de ese mismo producto. Nadie mejor que ellos puede brindar información sobre los beneficios recibidos; o que aún tardan en llegar.
2	Productor 2	
3	Productor 3	
4	Productor 4	
5	Productor 5	
6	Productor 6	
7	Productor 7	
8	Registro de Propiedad Intelectual (RPI)	En este caso, esta autoridad es la encargada de otorgar las certificaciones correspondientes en temas de D.O., por lo que nadie mejor que esta institución sabe qué factores pueden o no incluir en todo este proceso.
9	Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz (ASOPROA)	ASOPROA, es la actual encargada del proyecto de la D.O. del queso turrialba, como asesora e impulsadora del proyecto; puede conocer mejor tanto los factores como los beneficios de este.
10	Consejo Regulador de la D.O. del queso turrialba.	Es la institución encargada de regular que los productores de la zona de santa Cruz de Turrialba cumplan con lo necesario para acogerse a la D.O. y velar por que todo se encuentre en forma.

Fuente: Elaboración propia, con datos de la presente investigación. San José, 2017.

En la Tabla 1 se observa que dentro de la población de estudio se encuentran siete productores; sin embargo, se seleccionaron solamente cinco de estos para la recopilación de datos debido a que hubo muy poca respuesta por parte de los productores para la realización de la entrevista. A pesar de los muchos esfuerzos que se hicieron para programar una de estas, los fabricantes no la aceptaban por miedo a que se les fuera a perjudicar de alguna u otra forma.

Unidades de Análisis de la Investigación

Según Silva (2011), “la unidad de análisis corresponde a la entidad mayor o representativa de lo que va a ser objeto específico de estudio en una medición y se refiere al qué o quién es objeto de interés en una investigación” (párr. 2).

En la presente investigación, las unidades de análisis a estudiar se exponen a continuación:

Factores

El término factor involucra desde conceptos matemáticos hasta productivos; ya que dependiendo del entorno en el cual se utilicen, obtienen una connotación totalmente diferente. Para este caso en específico, los factores vienen a ser elementos que unidos con otros, son la causa de un efecto; es decir, son las causas que impiden el éxito de alguna cosa u objeto en específico, o que por el contrario, contribuyen de forma favorable en el alcance de este. En esta investigación se utiliza el término factor, para determinar todas aquellas causas que influyen en el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba; ya que de ellas depende el éxito de esta identidad.

La influencia que tienen las diferentes instituciones del Estado sobre el desarrollo de la denominación de origen del queso turrialba, la capacitación brindada a los productores para la implementación y ejecución de esta; así como el uso que le han dado los productores de la zona Turrialba a la identidad de este producto, constituyen los indicadores de estudio que guiarán los instrumentos de medición, para dar solución a los objetivos que fundamentan esta investigación. Los resultados obtenidos hasta el día de hoy en estos indicadores, determinarán el aprovechamiento que ha dado el uso de esta denominación; a los productores de la zona.

Beneficios

Toda acción ejecutada cuenta con una respuesta, algunas veces positiva, y otras negativas; sin embargo, lo más normal es esperar resultados positivos por esa acción. Los beneficios son todas aquellas ventajas recibidas de alguna cosa en específico; por ejemplo, una inversión bancaria, la adquisición de un terreno; o hasta la compra de un carro. Para el desarrollo de esta investigación, se utiliza el término beneficio, porque es lo que permitirá identificar los resultados positivos que han tenido los productores de la zona de Turrialba, pues esta identidad es capaz de otorgar una gran cantidad de beneficios; más no se conoce qué tanto se han logrado percibir.

Por tanto, los beneficios, el obtener y el recibir, constituyen los indicadores de esta unidad de análisis. El beneficio en sí mismo como primer indicador, permite medir según el conocimiento de los productores, los beneficios que debería brindar una denominación de origen. La obtención de estos, permitirá medir según la experiencia de los productores, lo que deberían hacer estos para obtener dichos beneficios. Y no menos importante, será necesario evaluar la forma de recibir estos beneficios; de forma tal que, se pueda llegar a una conclusión sobre los resultados de este programa.

Instrumentos Utilizados en la Investigación

Para el desarrollo de la presente investigación, se hace uso del cuestionario como instrumento de recolección de datos. En este instrumento se plantea una serie de preguntas abiertas orientadas a dar respuesta a los objetivos que guían la investigación; de forma tal que, con las respuestas que se logran obtener, se pueda interpretar la información, para poder llegar a las conclusiones pertinentes.

Chasteauneuf (2009), citado por Hernández (2014), define cuestionario como un conjunto de preguntas respecto de una o más unidades de análisis (p. 217). En este caso, las unidades de análisis que se utilizan para la formulación de las diferentes preguntas son factores y beneficios; las cuales están directamente relacionadas con los objetivos de la investigación.

Para poder llevar a cabo la aplicación del cuestionario, se utiliza como técnica de investigación, la entrevista, en la cual se realiza un intercambio de ideas entre el entrevistador y el entrevistado; para poder recolectar la información correspondiente. Utiliza el cuestionario como una guía que oriente la conversación hacia este horizonte de la investigación; sin embargo, es una técnica muy flexible que permite información adicional; siempre y cuando esta contribuya al objetivo de investigación.

Según Hernández (2014), la entrevista se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre el entrevistador y el entrevistado (p. 403). En este caso, los entrevistados, tal y como se muestra en la Tabla 1 de esta investigación, son los productores de la zona Turrialba, quienes fueron elegidos de forma intencionada, ya que ellos cuentan con toda la experiencia y el conocimiento para dar respuesta a las diferentes interrogantes que se presenten en el cuestionario, las empresas encargadas de asesorar a estos productores en todo el proceso de certificación; y las instituciones estatales encargadas de certificar a estos productores una vez completado todo el proceso.

Proceso para la Recolección de Datos

En la presente investigación se hará uso de dos tipos de fuentes, las primarias y las secundarias; sin embargo, primero se le dará uso a las fuentes secundarias; ya que en ellas se encuentran todos los antecedentes en relación con el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba. Es decir, las fuentes secundarias involucran todo lo que se ha dicho sobre un tema, procesos, procedimientos, características; y hasta condiciones; por lo que primero hay que darle uso a este tipo de fuentes, para poder con base en lo que ya existe, plantear el nuevo problema, y darle camino a la nueva investigación.

En este caso, el problema, ya mencionado en apartados anteriores, consiste en saber cómo se da el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba; lo que dio apertura a este proyecto de investigación. Con el uso de las fuentes secundarias y el problema ya establecido, entran en juego las fuentes primarias, las cuales permitirán poder encontrar una respuesta a los objetivos que fundamentan esta investigación. Las fuentes primarias serán constituidas por la información que estará siendo recolectada con la aplicación del cuestionario por medio de la entrevista por desarrollarse en la zona de Turrialba, donde los productores de queso serán el objeto de estudio de esta investigación.

Para la ejecución del trabajo de campo, se estará realizando entrevistas a diferentes productores de la zona de Turrialba, adheridos a la denominación de origen del queso de este sector, para la cual se ha desarrollado un cuestionario con preguntas abiertas, estructurado para llegar al horizonte de la investigación; y con la flexibilidad suficiente para escuchar diferentes versiones, de diferentes fuentes, y así fundamentar mejor la investigación. Para el proceso de recolección de datos, con el uso de la entrevista y el cuestionario, se desarrollan los pasos desglosados a continuación:

- Buscar los antecedentes que permitan plantear la dirección de la investigación.
- Realizar revisión bibliográfica en fuentes secundarias sobre normativa y regulación relacionado con el tema.
- Contactar al entrevistado por medio de una llamada telefónica para poder llevar a cabo la entrevista.
- Agendar una cita con el entrevistado para poder llevar a cabo la entrevista.
- Presentarse en el lugar y a la hora establecida con el entrevistado para poder llevar a cabo la entrevista.
- Solicitar la autorización del entrevistado para poder grabar la entrevista, y poder almacenar la información brindada por este.
- Aplicar la entrevista al entrevistado; de forma tal que, este responda a todas las preguntas planteadas en el cuestionario.
- Escribir la mayor cantidad de respuestas posibles brindadas por el entrevistado.
- Aclarar cualquier duda que se tenga en relación con las respuestas brindadas por el entrevistado.

- Dar fin a la entrevista.
- Agradecer al entrevistado por el tiempo y la información brindada.

Método de Análisis de la Investigación

Al tratarse de una investigación con enfoque cualitativo, el método de análisis se realiza por medio de unidades de análisis, las cuales se organizan mediante categorías de análisis. Estas categorías de análisis se obtienen después de las entrevistas y de tabular la información obtenida en estas; pues serán debidamente descritas, analizadas y confrontadas con los datos teóricos expuestos, para dar una mejor interpretación sobre los resultados.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas con la muestra de investigación. El capítulo está estructurado de la siguiente manera: primero se presenta una tabla que grafica las categorías emergidas para cada unidad de análisis explorada. Las unidades investigadas corresponden a los contenidos de los dos primeros objetivos específicos de la presente investigación.

En la segunda parte, se describen y analizan cada una de las categorías de análisis. Este análisis se hace confrontando lo expresado por las fuentes de información con la teoría expuesta anteriormente en el capítulo II de esta investigación. Una vez descritas y analizadas cada una de las categorías, se realiza un apartado de interpretación; el cual consiste en interrelacionar las categorías para darle respuesta al problema de investigación.

Tabla 2. Unidades y Categorías de Análisis

Unidades	Categorías
<p>Factores</p> <p>Factores que influyen en el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo externo. • Calidad. • Capacitación. • Conocimiento. • Cultura. • Economía. • Registro. • Geografía. • Historia. • Leyes. • Naturaleza. • Producción. • Productores.
<p>Beneficios</p> <p>Beneficios que generaría la aplicación de la denominación de origen del queso turrialba en las empresas productoras.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento. • Derechos legales. • Desarrollo económico. • Diferenciación del producto. • Promoción y publicidad. • Satisfacción al consumidor.

Fuente: Elaboración propia, con datos de la presente investigación. San José, 2017.

Unidad de Análisis I: Factores

La primera unidad de análisis por desarrollar en esta investigación, radica en los factores que influyen en el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba. Esta hace referencia a todos aquellos elementos que facilitan o que impiden que los productores de queso de la zona de Turrialba puedan aprovechar el sello de origen otorgado en el año 2012 por el RPI. Los factores determinantes y la interacción de estos es lo que incide directamente en este aprovechamiento. Esta primera unidad de análisis cuenta con 13 categorías, las cuales se detallan a continuación:

- Apoyo externo.
- Calidad.
- Capacitación.
- Conocimiento.
- Cultura.
- Economía.
- Registro.
- Geografía.
- Historia.
- Leyes.
- Naturaleza.
- Producción.
- Productores.

A continuación, se describen cada una de las categorías de análisis correspondiente a la primera unidad de análisis en estudio. Así mismo, se exponen las respuestas dadas por cada uno de los entrevistados, posteriormente se analizan con el fundamento teórico.

Categoría I: Apoyo externo

Descripción.

Con esta categoría de análisis, los entrevistados reconocieron el apoyo externo como un aspecto relevante en el proceso de la denominación de origen. Para esto, algunos de los participantes mencionaron como parte de sus respuestas, lo siguiente:

- *“Por otra parte, hemos recibido mucha ayuda de parte de diferentes instituciones y universidades, el Estado, por ejemplo: ha sido uno de los recursos que más ha ayudado en este proceso, así mismo el sector académico; tales como: la Universidad Nacional (UNA), Universidad de Costa Rica (UCR), Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), Tecnológico de Costa Rica (TEC) y los colegios de la zona para optar por su grado técnico. En esta línea, instituciones como: el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y el Instituto de Desarrollo Rural (INDER)”. (Entrevistado 2)*
- *“De parte de las instituciones, el Registro, por ejemplo, todo lo ha hecho muy bien; de hecho la ayuda de ellos ha sido excelente. Mientras que el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), ha dado cursos y capacitaciones a solicitud de ASOPROA, ellos han ayudado mucho”. (Entrevistado 4)*
- *“Se ha recibido mucho apoyo de parte de la Universidad Nacional (UNA), la cual apoya mucho la parte sostenible y la educación”. (Entrevistado 6)*

Análisis.

Según las respuestas expuestas, es fácil identificar que el apoyo que los productores de queso turrialba han recibido; ha sido un factor muy positivo. La falta de experiencia y de conocimiento que existía cuando ellos hicieron la solicitud de la D.O. en el RPI, viene a ser compensada por la ayudada brindada de grandes instituciones del país; que de alguna u otra forma les ayudan a tener un mayor aprovechamiento de este sello. Con la ayuda de estas entidades, es más fácil avanzar; pues se trata de personas, tal vez no con conocimiento práctico, pero si teórico, que les es de mucha utilidad.

Arano, Cano y Olivera, (2012), se refieren a los factores externos o generales como: “infinito e incluye todo lo que está fuera de la organización; así, las estrategias de la empresa no surgen de la nada. Y deben responder al entorno del negocio en que se encuentra inmersa la empresa” (p. 62).

Con base en lo expuesto, se puede decir que el apoyo recibido por elementos que están fuera de las productoras, en este caso, instituciones estatales y educativas; les ha permitido avanzar con la certificación de la denominación. Esta ayuda probablemente garantiza un mejor aprovechamiento del sello de origen por parte de las empresas productoras. Contar con el apoyo de instituciones tan fuertes como las ya mencionadas, le permite a los productores de Santa Cruz de Turrialba, diseñar mejores estrategias de crecimiento para estas; pues son entidades con mucho poder en el país.

Categoría II: Calidad

Descripción.

De acuerdo con la información brindada, la calidad es uno de los factores relevantes para concederle una denominación de origen a un producto específico. Gracias a esta afirmación, sustentada en el párrafo que se encuentra a continuación, es que surge esta categoría de análisis. Este elemento, es un factor necesario al momento del registro.

- *“La calidad del producto viene dada, no solo porque el producto sea originario de una zona específica (en el caso del queso turrialba, no solo porque las vacas estén en una zona determinada, o porque el pasto tenga ciertas características debido al clima, el cultivo o las condiciones del ordeño); sino también porque la manufactura del producto lleva características específicas propias de esa región”.* (Entrevistado 8)

Análisis.

Partiendo de esta afirmación, se logra ver que la calidad no es un factor que se obtiene porque se le agrega una sustancia específica a un producto. Es un conjunto de elementos que vienen a darle características específicas al producto, que lo hacen único, con una calidad que no se puede conseguir en el mercado. Esa calidad única, es lo que permite que un producto se pueda certificar con un sello de origen; pues de lo contrario, sin esta diferenciación, se certificaría un producto que cumple estas funciones que otros productos en el mercado.

Se establece cómo en esta zona delimitada se elabora un producto de unas características concretas y constantes de larga historia, que goza de una amplia reputación en el mercado nacional, existiendo unas prácticas de producción de materia prima y elaboración definidas y vinculadas con el territorio de producción de leche y fabricación de queso. (Granados et al. (2008, p. 3)

Según lo expuesto anteriormente, la calidad es un factor constituido por una serie de elementos característicos; tales como: el clima, el suelo, las técnicas de producción, la historia, los insumos de fabricación y otros más. Esta calidad es lo que convierte a un producto en algo único para el mercado, y al ser algo único, significa que se puede certificar bajo una denominación de origen; ya que esto es lo que busca un sello de origen, proteger los productos que cuentan con condiciones especiales en el mercado, diferentes a los de grandes empresas industriales.

Categoría III: Capacitación

Descripción.

Esta categoría de análisis hace referencia a los diferentes cursos o capacitaciones recibidos por los productores de la zona de Santa Cruz de Turrialba, para poder certificar su empresa bajo una denominación de origen; y más importante aún, para disfrutar los posibles beneficios de esta. La mayoría de entrevistados expresaron su opinión respecto a este tema; ya que al parecer no es un tema muy claro. Esto se puede fundamentar en los párrafos que se exponen a continuación:

- *“El requisito para operar la denominación de origen es contar únicamente con el Certificado Veterinario de Operación (CVO), que lo da el Servicio Nacional de Salud Animal en Costa Rica (SENASA); de hecho, la ley dice que si usted tiene el CVO, extendido por el SENASA, es certificado suficiente para hacer queso con D.O. Este es el requisito básico. Las cuales se han dado a varios “grupitos” de 30 a 40 personas”.* (Entrevistado 1)
- *“Uno de los requisitos para operar bajo este sello es cumplir con el pliego de condiciones, el cual se le da a todo productor que lo solicite. Es voluntario, no obligatorio. Así mismo, se debe obtener el Certificado Veterinario de Operación (CVO) y el de sangrado, en la parte de sanidad animal. Este sangrado es un control que se hace en los animales sobre las enfermedades zoonóticas; es decir, sobre las enfermedades que se pueden transmitir entre animales, o de animales a humanos”.* (Entrevistado 2)
- *“Desde que se constituyó el Consejo Regulador, hace diez años, se han dado cursos por medio de instituciones a todo aquel que quisiera conocer sobre el tema de las denominaciones de origen”.* (Entrevistado 4)

- *“No, no. El Certificado Veterinario de Operación (CVO) es un requisito que pide la ley para todos los productores de este país; ósea, es un requisito a nivel nacional para el sector productivo. Todo productor debe contar con este certificado; ya sea que se dedique a la producción de pollo, carnes u otros”.* (Entrevistado 6)
- *“Las capacitaciones impartidas fueron realizadas con el propósito de lograr el cumplimiento de la normativa de uso y el pliego de condiciones de la D.O”.* (Entrevistado 7)
- *“A los productores de queso turrialba, por parte del Registro, no se les dio ningún tipo de capacitación; ya que fue la primera denominación de origen del país; y la experiencia y el conocimiento no eran fuertes en ese momento. De hecho, la experiencia se construyó con ellos.*

El Registro da capacitaciones por medio del Centro de Apoyo a la Tecnología y la Innovación (CATI), a todas aquellas personas o empresas que lo soliciten; de hecho, nosotros hemos ido a capacitar a pequeños y medianos empresarios/productores; no tanto en cuestiones de denominaciones de origen, pero sí de marcas. De hecho, se ha participado en seminarios de Universidades en conjunto con CadenAgro, la cual es una oficina que da soporte a los productores en temas de denominación de origen por medio de planes estructurados”. (Entrevistado 8)

Análisis.

El tema de las capacitaciones no está bien definido. De hecho, al leer las respuestas dadas por los productores, ASOPROA y este Consejo Regulador; ninguno tiene claro cuáles son las verdaderas certificaciones, capacitaciones o cursos teóricos o prácticos para poder certificarse bajo una denominación de origen. Esto se puede deber a que tal y como lo manifestó el RPI, ellos no dieron ningún tipo de capacitación a los productores de la zona porque no había ni conocimiento; ni experiencia sobre el tema.

Pérez y Gardey (2016), se refieren al término capacitación así: “se denomina capacitación al acto y el resultado de capacitar: formar, instruir, entrenar o educar a alguien. La capacitación busca que una persona adquiera capacidades o habilidades para el desarrollo de determinadas acciones” (párr. 1).

En otras palabras, se puede decir que el tema de las capacitaciones para los productores de la zona de Santa Cruz de Turrialba no ha sido satisfactorio. Los productores no tienen claro cuáles cursos o capacitaciones deben tener para poder operar bajo un sello de origen. De hecho, algunos mencionan que el CVO es un requisito primordial; mientras que otros indican que esto no es así, pues es simplemente un requisito que debe cumplir todo productor sea de quesos, carnes u otros. Ninguno de los entrevistados pudo mencionar las capacitaciones necesarias para lograr esto.

Incluso, el RPI menciona que estos productores deben cumplir con lo que se indica tanto en la normativa de uso como en el pliego, más si se revisan las citas expuestas; ninguno de los documentos habla sobre cursos o capacitaciones importantes. Es probable que la falta de capacitaciones o cursos esté impidiendo un buen aprovechamiento de la D.O. por parte de los productores de la zona de Turrialba; lo cual genera más desconcierto a la zona, pues no tienen claro cómo proceder para solicitarla o beneficiarse de esta.

Categoría IV: Conocimiento

Descripción.

Esta categoría de análisis hace referencia al grado de conocimiento que tiene la sociedad, los productores, el RPI y las instituciones encargadas de regular la D.O. del queso turrialba. Es un factor importante para maximizar el aprovechamiento de este sello de origen; pues sin un conocimiento amplio de este tema, los consumidores no adquirirían este producto en el mercado; y, por ende, los productores no lograrían obtener ganancias y beneficios por esto. A continuación, se fundamentan varias respuestas dadas por algunos entrevistados en relación con este tema:

- *La denominación de origen la debe manejar el Consejo Regulador, pero aquí en Costa Rica no se crea fácilmente uno de estos. Actualmente, la denominación de origen del queso turrialba es de ASOPROA; pero la maneja este Consejo Regulador, lo que es un desfase, porque realmente ASOPROA no entiende muy bien sobre denominación de origen; y el Consejo Regulador está muy mal orientado. Este Consejo para tratar de orientarse mejor, ha creado una alianza con el Instituto Centroamericano de Cooperación para la Agricultura (ICCA); el cual se ubica en Coronado. Esta alianza fue iniciativa de ASOPROA, como ayuda al Consejo.*

El problema aquí, en Santa Cruz, es la falta de conocimiento; ya que los productores no comprenden el tema. La formación de cada productor es mínima en cuanto a conocimiento teórico, y no conocen sobre denominación de origen; no tienen ni la remota idea de que es". (Entrevistado 1)

- *"Primero que todo, hay muy poco conocimiento sobre este tipo de certificaciones o reconocimientos a nivel de país y de productores; tanto así que se tuvo que crear la ley que acopla este tipo de temas. De hecho, esta denominación es la primera que hay en el país; pero nadie la está usando ahorita porque hay poca experiencia. En realidad no hay experiencia de dónde agarrarse para ver cómo nos puede ayudar una denominación de origen.*

En el país no existe una cultura de productos certificados o productos sanos, aquí igual vale una lechuga orgánica que una con químicos. No hay ese reconocimiento a nivel de mercado. Está creciendo; pero no es el grueso". (Entrevistado 2)

- *"Otro factor negativo es que en Costa Rica, nadie sabe de quesos; ni siquiera las grandes empresas industriales como la Dos Pinos". (Entrevistado 3)*

- *“Por otra parte, a nivel de Costa Rica y de idiosincrasia, no todo el mundo conoce sobre las denominaciones de origen. Considero que todavía las personas lo desconocen. No hay un conocimiento como tal de lo que es una denominación de origen. Hay; pero no a nivel importante.*

Nosotros desconocemos si los productores de queso turrialba están haciendo uso o no de esta denominación. Creemos que sí; pero no lo sabemos porque no tenemos la potestad de llegar a ese nivel. El único seguimiento que da el Registro durante la denominación va desde que se solicita hasta que se registra. Después de registrado, se pierde el seguimiento; y todo queda en manos del Consejo Regulador que tiene a cargo la denominación.

El queso turrialba tuvo la desventaja de que cuando ellos solicitaron la denominación de origen, nadie sabía nada sobre este tema. No había experiencia. De hecho, los fabricantes de este producto, no sabían a quién acudir o como hacer el estudio técnico o la normativa de uso inclusive”. (Entrevistado 8)

Análisis.

Según lo expuesto anteriormente, los productores, el Consejo regulador y este RPI, afirman que en Costa Rica no existe un conocimiento sobre lo que verdaderamente es una denominación, lo que le garantiza esto al consumidor y los beneficios que esto le puede traer. Estos productores, aun siendo parte de la zona de Santa Cruz de Turrialba, quienes deberían conocer más sobre el tema; tampoco conocen sobre esto.

Y lo que es peor, el Registro ni siquiera está enterado si los productores de queso turrialba hacen uso o no, de este sello de origen. Inclusive, el Consejo Regulador y ASOPROA, están teniendo problemas para garantizar el éxito de la D.O.; ya que ninguno de los dos sabe cuáles son las verdaderas funciones que debe realizar cada uno. Es probable que la falta de experiencia, de conocimiento y de capacitaciones, sean las mayores causantes que estén ocasionando este inconveniente.

El conocimiento es un activo que forma parte del proceso productivo como un input o factor de producción (cualificación de los trabajadores o inversión en I+D) y como un output o producto (innovaciones que se concretan en nuevos procesos o nuevos productos, y capacidades). Es decir, desde el inicio hasta el final del proceso, el conocimiento está presente. (Sebastián y Benavides, s.f., p. 18)

Tomando en cuenta la cita anterior, se puede leer la importancia del conocimiento en cualquier proceso. El conocimiento debe estar de principio a fin, y esta es una de las principales problemáticas que presenta la D.O. del queso turrialba en este momento, que por ninguna parte existe un amplio conocimiento sobre los sellos de origen. Ni la sociedad, ni los productores, ni los reguladores de esta certificación pueden definir a ciencia cierta que es una denominación de origen; lo que probablemente incide directamente en el aprovechamiento de esta.

Categoría V: Cultura

Descripción.

Esta categoría se refiere a como la cultura de la zona de Santa Cruz de Turrialba, incide en el aprovechamiento de la D.O. del queso turrialba. Algunos de los entrevistados se refirieron a esta como unos de los factores positivos que permitieron que la certificación del queso turrialba se lograra; ya que es algo que le da características únicas y especiales a este lácteo. Como fundamento, se presentan a continuación algunas respuestas brindadas por las personas entrevistadas:

- *Esta zona tiene características que lo hacen mejor para la fabricación del queso turrialba, especialmente en el área cultural. En Costa Rica, se produce queso de Norte a Sur, y de Este a Oeste; pero la dedicación de estas zonas no es tan alta, incluso tienen doble propósito, solo ordeñan por épocas; es decir, tienen otros sistemas más rudimentarios.*

En cambio, en Santa Cruz, es más cultural, la gente es más dedicada, más apasionada; pues no sabemos hacer otra cosa que la producción de queso y leche. El contar con esa parte cultural y un nombre ya posicionado en el mercado, en este caso: "Queso Turrialba"; el cual es de muchísimos años; da un mayor reconocimiento comercial". (Entrevistado 2)

- *"La cultura creada desde hace muchos años atrás".* (Entrevistado 7)

Análisis.

Tomando en cuenta las respuestas brindadas por dos de los entrevistados, la cultura es un factor determinante en la fabricación del queso turrialba. La pasión, las antiguas técnicas de producción y la amplia experiencia, son parte de los elementos que garantizan que este queso sea diferente al de productores de otras zonas del país; y sea un motivo suficiente para que los consumidores adquieran este lácteo en el mercado de su preferencia.

Dentro del pliego de condiciones, presentado como requisito para poder obtener la certificación de origen del queso turrialba, se expone en dos ocasiones como la cultura es un factor determinante en la elaboración de este queso, y los elementos que han contribuido a esta; tal y como se puede ver a continuación:

El tipo y localización de las actividades económicas ha sido determinado por las condiciones propias de la región, tales como, altitud, clima y suelos. Esto permitió que en las zonas de mayor altura haya ocurrido un florecimiento de una cultura de ganadería lechera, desde hace más de un siglo, favorecida por las condiciones de fertilidad de suelos de origen volcánico que caracterizan a las faldas del Volcán Turrialba, mientras que en las zonas más bajas, se fue desarrollando la actividad agrícola, principalmente de caña y café. (Granados et al., 2008, citando a Cascante, 2003, pp. 12-13).

La actividad del queso es parte de la tradición y de la cultura local de Santa Cruz, que se ha preservado a través de las relaciones de amistad y familiaridad, que han jugado un papel relevante dentro del funcionamiento de estas las queseras familiares y sobre las formas de transmisión de conocimientos, innovaciones e información y ha creado un sentido de pertenencia ligado al territorio (Granados et al., 2008, citando a Cascante, 2003, p. 13).

Se puede decir que, en efecto, la cultura es un factor determinante y muy positivo en la elaboración del queso turrialba, que hace que no se iguale a los otros quesos que se ofrecen. Se habla de una tradición de más de un siglo, donde el conocimiento se ha transmitido de generación en generación; gracias a la amistad entre las diferentes familias y vecinos. Es algo que se encuentra en la raíces de los diferentes productores de quesos, lo cual justifica la pasión que mencionan los entrevistados en sus respuestas.

Categoría VI: Economía

Descripción.

Esta categoría se ha elegido como parte de la unidad de análisis, porque es necesario conocer qué tan bien posicionado está el sector lácteo en la zona de Santa Cruz, los costos que se deben incurrir en temas de fabricación y distribución del queso; así como de la implementación de la D.O. por parte de las queseras; y qué tanta demanda pueden satisfacer los productores de este queso en el mercado nacional. Para esto, varios de los entrevistados se expresaron de la siguiente manera:

- *“Un factor negativo importante, es que el RPI y el Ministro de Agricultura y Ganadería, dicen que el sector lácteo del país está quebrado en un plazo no mayor a ocho años; pues actualmente están viviendo una desgravación arancelaria; después de que se firmó el TLC con Estados Unidos. Lo más malo de esto es que ASOPROA no tiene acciones sobre cómo enfrentar esta desgravación.*

Por su parte, el costo de la alimentación del ganado actualmente es muy caro. Esto se dio después de que en la década de los 60, el país adaptara técnicas de ganadería extranjeras; cuando anterior a esos años, las vacas solo se alimentaban con el pasto únicamente”. (Entrevistado 1)

- *“Una problemática es que no se puede meter más de 1.000Kg de queso al mercado; se debería ingresar con más de 30.000Kg para satisfacerlo; pero los productores no tienen esa mentalidad, y no podrían alcanzarla tampoco”.* (Entrevistado 3)

- *“Pero un gran problema es que si no existieran los productores industriales, el queso turrialba del productor artesanal no alcanzaría en el mercado local; se escasearía”.* (Entrevistado 4)
- *“Hay un factor que tiene una mayor dificultad en este momento, que es la implementación. Este es uno de los factores que más ha costado, no exactamente en el comercio; sino en la región, porque este proceso representa costos muy elevados. Se ocupa mucho dinero; ya que en el queso, que es un producto lácteo, es la primera denominación de origen que existe en América; por lo que no hay un conocimiento real de muchos entes o productores”.* (Entrevistado 6)
- *“Registrar una denominación de origen es más oneroso, que registrar una marca, porque para solicitar el estudio técnico/pliego de condiciones, el solicitante debe pagar para que lo hagan; ya que deben identificar características físicas y químicas del producto; por ejemplo. Son documentos muy grandes y con un costo muy elevado. Lo misma sucede con la normativa de uso.*

Todo depende. Si es una empresa pequeña, el factor económico es el mayor inconveniente; ya que los costos son muy grandes. El Registro no puede hacer un estudio técnico porque ahí todos son abogados, y no especialistas en fabricación de productos”. (Entrevistado 8)

Análisis.

Partiendo de las respuestas detalladas anteriormente, se logra identificar como el factor económico es una gran limitante para los productores de queso que se certifiquen bajo la D.O. En Santa Cruz de Turrialba no existen productoras de queso grandes; al contrario, todos los productores son artesanales, muchos de ellos con la quesera como parte de su casa de habitación; por tanto, los costos que puede acarrear el ser parte de esta certificación podrían afectar en el aprovechamiento de esta.

Asimismo, estos están conscientes de que como productores, no lograrían satisfacer todo el mercado nacional; lo que probablemente traería descontento para los consumidores, pues el queso es un producto de consumo diario. Esto, de la mano con la posibilidad de que el sector lácteo quiebre en un plazo no mayor a ocho años, atenta directamente al aprovechamiento de la denominación; lo que puede influir en la decisión de los productores de quererse certificar.

Pérez y Merino (2010) se refieren a los factores económicos como: “los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. Estos recursos, por lo tanto, son necesarios para el desarrollo de las operaciones económicas, comerciales o industriales” (párr. 1-2).

Tomando en cuenta la referencia expuesta en el párrafo anterior, se puede comprobar que en efecto el factor económico es muy necesario para poder sacarle el máximo provecho a algo, en este caso; a la D.O. del queso turrialba. Si los productores no tienen dinero para certificarse bajo este sello, no podrán recibir ningún beneficio de ello. Si los productores no pueden satisfacer la demanda nacional, los consumidores se irán por otras opciones de productos o productos sustitutos. Y si el sector lácteo está propenso a quebrar, los productores tendrán mayor miedo.

Categoría VII: Registro

Descripción.

Esta categoría de análisis hace referencia a uno de los factores importantes para un buen aprovechamiento de la D.O. del queso turrialba, la cual se conoce como el registro. Este registro varía tanto a nivel nacional como a nivel internacional; por lo que es importante conocer de ambos para identificar que puede beneficiar o afectar el máximo aprovechamiento del sello. Para esto, el entrevistado número cinco nos expone las respuestas que se encuentran a continuación:

- *“Ahorita sí hay experiencia y conocimiento para ayudarle a nuevos empresarios a que puedan alcanzar la denominación de origen, de forma más rápida, segura y efectiva. Donde es importante mencionar que la diferencia entre una marca de uso y una denominación, radica en que la primera, no requiere ni estudio técnico; ni normativa de uso.*

El interesado se debe presentar a solicitar una denominación de origen, en la cual debe adjuntar el diseño, deben indicar el nombre que va a tener la denominación de origen, el nombre del producto que van a proteger, el territorio que abarca, adjuntar el estudio técnico y la normativa de uso. El Registro recibe la solicitud, verifica que cumpla con los requisitos indicados, si cumple con dichos requisitos; se le hace un estudio de fondo para ver si no hay nada igual o similar ya registrado.

Si pasa el estudio de fondo, se emite el edicto y se hace una publicación en cualquier periódico de publicación oficial. Si después de dos meses, a partir de la publicación, no hay oposiciones, se realiza un estudio técnico, para el cual se tiene solo tres meses para poder desarrollarlo, y se genera otro edicto con la aceptación de la denominación. El Registro ha hecho convenios con Universidades para que estas puedan realizar los estudios técnicos de diferentes empresas, que soliciten una denominación de origen.

Si hubiera oposiciones, los afectados deberán presentarse en un plazo máximo de un mes para presentar sus fundamentos, una vez analizados todos los casos, se revisa y se da el veredicto; el cual culmina cuando se le da copia del expediente al que gana la oposición. Cuando se presenta el estudio técnico, el Registro verifica que lo que diga este documento cuente con características que hagan el producto único; de lo contrario se rechaza la solicitud.

Dos requisitos que deben cumplir los solicitantes de una denominación de origen son: el estudio técnico y la normativa de uso. En el estudio técnico se muestran los nombres de los productos, las características propias de este, cualidades especiales, los mapas que delimitan la zona donde se desarrolla, una descripción del proceso de fabricación de

principio a fin, los controles y la trazabilidad empleada, el vínculo del producto con la zona específica.

Por su parte, en la normativa de uso debe venir los requisitos que deben cumplir las personas que vayan a usar la denominación de origen, derechos y obligaciones, el control que se va a usar (que se controle que las personas que lo utilizan, lo usen de la forma establecida), tienen que nombrar un Consejo Regulador, deben contar con un logotipo, indicar como se deben hacer las modificaciones al pliego de condiciones, en caso de que así se requiera; y las sanciones.

Para obtener un registro internacional, los productores, una vez que logran el registro nacional en su país de origen, la cual es de tiempo indefinido, recurren a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI); para hacer un registro internacional. Con el registro de OMPI, ya el productor puede ingresar a cualquier país.

Cuando por el contrario, una denominación de origen viene aprobada por el Acuerdo de Lisboa, el Registro lo único que hace es un estudio de fondo; donde se verifica que en Costa Rica no exista nada igual y se publica". (Entrevistado 8)

Análisis.

Según la información brindada por la tramitadora del RPI, el registro de las denominaciones de origen requiere de varios elementos importantes; para que las empresas productoras se puedan certificar de forma eficiente. Dentro de esto se encuentra la solicitud, el cumplimiento de los requisitos, y la preparación del pliego de condiciones y la normativa de uso; ya que estos son los documentos que se utilizarán para que el RPI pueda hacer la valorización de la solicitud, así como aprobar o rechazar la denominación solicitada.

La ley de marcas y otros signos distintivos, en su Artículo 74, comienza hablando sobre los registros que debe mantener el RPI sobre denominaciones de origen; así como la forma en que se deberá hacer el registro de un producto. El registrar un Artículo a nombre de una zona geográfica específica, les permite a productores de esta zona hacer uso de la denominación de origen; siempre y cuando cumpla, con las condiciones establecidas. Ante esto, la ley se refiere de la siguiente manera:

El Registro de la Propiedad Industrial mantendrá un registro de denominaciones de origen y de indicaciones geográficas.

Las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas, nacionales o extranjeras, se registrarán a solicitud de uno o varios de los productores, fabricantes o artesanos, que tengan su establecimiento de producción o de fabricación en la región o en la localidad a la cual corresponde la denominación de origen o la indicación geográfica, o bien, a solicitud de alguna autoridad pública competente. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 74)

Más adelante, en su Artículo 76, esta ley menciona de forma específica todos y cada uno de los pasos que se deben seguir para poder registrar un producto bajo una denominación de origen; que más que pasos, lo que deben otorgar es una serie de información relacionada con el Artículo que se desea registrar; tales como: el nombre, las características o el lugar geográfico. Esto se puede ver en el párrafo que se detalla a continuación:

La solicitud de registro de una denominación de origen o una indicación geográfica indicará:

- El nombre, la dirección y nacionalidad de los solicitantes y el lugar donde se encuentran sus establecimientos de producción o fabricación.
- La denominación de origen o la indicación geográfica cuyo registro se solicita.
- La zona geográfica de producción a la que se refiere la denominación de origen o la indicación geográfica.
- Los productos o servicios para los cuales se usa la denominación de origen o la indicación geográfica.

- Una reseña de las cualidades o características esenciales de los productos o servicios para los que se usa la denominación de origen o la indicación geográfica. (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2000, Art. 76)

A nivel internacional, es el arreglo de Lisboa la reglamentación que establece de forma específica, los pasos que se deben seguir para poder registrar una denominación, que ya inscrita a nivel local; desea inscribirse también, en el exterior. A diferencia de la ley, el arreglo sí establece cuáles son los pasos, uno a uno; y no solo la información que se debe aportar para el registro del producto como una denominación de origen. A continuación, se detalla de forma textual, lo establecido por el arreglo de Lisboa referente a la solicitud:

- El registro de las denominaciones de origen se efectuará en la Oficina Internacional para la protección de la propiedad industrial, a petición de las Administraciones de los países de la Unión particular, en nombre de las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, titulares del derecho de usar estas denominaciones según su legislación nacional.
- La Oficina Internacional notificará sin demora los registros a las Administraciones de los diversos países de la Unión particular, y los publicará en una colección periódica.
- Las Administraciones de los países podrán declarar que no pueden asegurar la protección de una denominación de origen, cuyo registro les haya sido notificado, pero solamente en tanto en cuanto su declaración sea notificada a la Oficina Internacional, con indicación de los motivos, en el plazo de un año a contar de la recepción de la notificación del registro, y sin que dicha declaración pueda irrogar perjuicio, en el país de referencia, a las demás formas de protección de la de nominación que podría exigir el titular de esta, conforme al artículo 4 que antecede.
- Dicha declaración no podrá ser opuesta por las Administraciones de los países unionistas después de la expiración del plazo de un año previsto en el párrafo precedente.
- La "Oficina Internacional le comunicará a la Administración del país de origen, en el plazo más breve posible, toda declaración hecha conforme al párrafo (3) por la Administración de otro país. El interesado, avisado por su Administración nacional de la declaración hecha por otro país, podrá ejercitar en dicho país todos los recursos judiciales o administrativos pertenecientes a los nacionales de este país.

- Si una denominación admitida a la protección en un país, previa notificación de su registro internacional, estuviere ya utilizándose por terceros en dicho país, desde una fecha anterior a dicha notificación, la Administración competente de dicho país tendrá la facultad de conceder a tales terceros un plazo, que no podrá exceder de dos años, para poner fin a la referida utilización con la condición de informar de ello a la Oficina Internacional dentro de los tres meses siguientes a la expiración del plazo de un año estipulado en el párrafo (3) que antecede. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], 1958, Art. 5)

Las referencias citadas anteriormente versus la información brindada por la entrevistada número cinco, realmente varía mucho, no en aspectos de pasos a seguir; sino en la explicación de dichos pasos. Con la Ley o el Arreglo de Lisboa, es realmente difícil para un productor poder comprender cuáles son cada uno de los requisitos específicos que se deben cumplir; para obtener una certificación de origen. Si no es con la explicación y las asesorías que brinda el RPI, es realmente difícil poder comprender desde un inicio que se debe hacer para certificarse debidamente. La ley no es clara, y la información que contiene tiene muchos vacíos.

El proceso, inclusive, ni siquiera se explica; lo que puede generar confusión para quien solicite una de estas. Por esto, si hasta ahora existe la experiencia y el conocimiento sobre esta temática, es probable que el aprovechamiento de la denominación de origen esté costando obtenerla; pues si hoy no es clara, hace algunos años cuando el tema era realmente nuevo, era casi que imposible lograr una protección de estas. Razón que también puede justificar el tema de que solo exista una única denominación de origen en el país.

Categoría VIII: Geografía

Descripción.

Esta categoría de análisis hace referencia a como el relieve, la ubicación, la posición del Volcán Turrialba y la condición de los suelos, permiten darle una mayor calidad al producto amparado a una D.O. Este es uno de los factores mencionados por uno de los productores entrevistados durante la aplicación del instrumento de investigación, quien considera que es una característica muy importante que influyó en la aprobación de este sello de origen; tal y como se puede ver fundamentado en los párrafos que se detallan a continuación:

- *“Es importante mencionar que la denominación de origen le garantiza al consumidor que está adquiriendo un producto propio de la zona, donde el consumidor puede denunciar en caso de que así no sea”.* (Entrevistado 3)
- *“Esta certificación es propia del distrito de Santa Cruz y la parte alta de Santa Teresa de Guayabo; y está muy reglamentada; por lo que esta delimitación del área de fabricación de este producto para certificar su autenticidad, nos favorece enormemente”.* (Entrevistado 4)

Análisis.

La respuesta expuesta anteriormente, destaca cómo el factor geográfico les favorece enormemente a los productores el hecho de estar debidamente delimitados; ya que esto les permite a ellos, como productores, enfocarse en sus procesos y garantizarles a los consumidores que están adquiriendo un producto propio de la zona de Turrialba. Esto le da mayor satisfacción al cliente, pues ellos prefieren tener certeza de que lo que consumen cumple con sus necesidades e ideas.

La geografía (del latín *geographia*, que a su vez deriva de un término griego compuesto) es la ciencia que se encarga de la descripción de la Tierra. También la palabra puede utilizarse para hacer referencia al territorio o al paisaje.

La geografía, por lo tanto, estudia el medio ecológico, las sociedades que habitan en él y las regiones que se forman al producirse esta relación. En otras palabras, se encarga de analizar la relación hombre-Tierra y los fenómenos geográficos de la superficie terrestre. (Pérez y Merino, 2008, párr. 1-2)

De tal forma se dice que es la rama de la ciencia que tiene por objeto de estudio conocer la ubicación espacial en la superficie terrestre de los hechos y fenómenos de carácter físico y humano, con base en su origen o causalidad, su extensión o magnitud, y establecer tanto sus correlaciones, como sus variaciones en el espacio y el tiempo. (Ramírez, Ruiz, Chaparro, Olmos y Leticia, 2015, p. 12)

Tomando lo expuesto por el productor y las citas textuales brindadas, se puede decir que en efecto, el factor geográfico es otro elemento positivo que ayudó a la certificación de la D.O. del queso turrialba. Si se ve la primera cita expuesta, Pérez et al. (2008), mencionan cómo la geografía demuestra una relación hombre-tierra; lo cual para efectos de este queso, tiene mucha justificación, porque es gracias a estos elementos de la tierra que se le puede ofrecer al consumidor un producto con características únicas.

Capítulo IX: Historia

Descripción.

Con esta categoría de análisis, se hace referencia a como la historia de muchos años de un producto, influye en la certificación de una D.O.; así como la importancia de contar con un reconocimiento por parte de la sociedad, para poder optar por dicha denominación. Las respuestas que se muestran a continuación, son parte de los aportes brindados por los diferentes entrevistados a los que se les aplicó el instrumento de investigación; en las cuales se puede leer la importancia de estos elementos como parte del sello de origen:

- *“Las denominaciones de origen están compuestas por tres actores sociales: la ley, la producción y la historia; esta última enfocada en los antecedentes del queso. Actualmente, han cambiado los métodos de producción; y aunque cambien dichos métodos, la calidad de la leche, el ganado y el tipo de alimentación del ganado deben ser de alta calidad. La evolución de estos elementos es lo que constituye esa historia”.*
(Entrevistado 6)
- *“El producto debe ser conocido. Debe contar con una historia. Algo que identifique a un país. Puede que un producto cuenta con características físicas y químicas para ser certificado con el sello de origen; pero si no tiene el renombre, no se da la certificación”.*
(Entrevistado 8)

Análisis.

La historia es uno de los elementos más influyentes en la certificación de un producto con una D.O., y para el queso turrialba esto es un factor más que positivo. Se trata de un producto que ya tiene un reconocimiento en el mercado nacional, pues su historia y evolución le ha permitido llegar hasta los hogares de diferentes familias para ser consumido. Inclusive, en caso de que este producto se pudiera internacionalizar, lograría dar a conocer a Costa Rica como país; pues es algo que no solo identifica a Santa Cruz de Turrialba, sino a toda Costa Rica.

“Existen referencias históricas concretas acerca del origen del queso turrialba, que demuestran que su cuna está en Santa Cruz de Turrialba, y que refieren su origen a los años 70 del Siglo IXX” mencionan Granados et al. (2008), en su pliego de condiciones (p.13).

Más adelante, en este pliego de condiciones realizado por estos autores, se puede leer un poco de la historia de lo que hoy se conoce como queso turrialba. Esta historia está constituida por estos productores de queso oriundos de la zona de Santa Cruz de Turrialba, la cual se puede leer en los párrafos que se encuentra a continuación:

La llegada a la zona de Don Lucas Vargas, marca el inicio de la elaboración del queso Turrialba. Los Vargas eran parte de un grupo de familias que habían llegado desde España a Costa Rica en 1850, con el objetivo de dedicarse a la siembra de café. Un detalle interesante es que muchas de estas familias venían de la Mancha, donde se dedicaban a la cría de ovejas y vacas manchegas, famosas por la fabricación de quesos, cuajadas y mantequilla. Parece que algunos de los Vargas, nunca se acostumbraron al cultivo del café y decidieron buscar en el país una zona con clima más frío, algo más parecido a su tierra de origen, donde pudieran criar ovejas y vacas. (Granados et al. (2008), citando a Rivera (2005), p. 14)

En los primeros años el queso lo llevaban a vender a caballo y a pie al Valle Guayabal (hoy ciudad de Turrialba) y a Cartago. Luego, cuando en 1890 empezó a funcionar el ferrocarril, don Lucas Vargas y otros habitantes que habían llegado a Santa Cruz, enviaban en unas cajas de madera, queso para San José y Cartago. Las cajas de madera llevaban inscrita la leyenda “Queso de Turrialba, de Lucas Vargas para el tramo Gómez”, seguramente ahí se empezó a llamar por ese nombre al queso que llegaba desde estas tierras. Se sabe que la mercancía era mantequilla y queso; para entonces, ese queso se expendía en el mercado Central, que ya funcionaba en San José.

Otro hecho importante en la historia del “queso Turrialba”, se da en los años 1930, cuando don Florentino Castro, entonces un cafetalero de los más poderosos del país, adquiere la Hacienda El Volcán (en las faldas cercanas del volcán Turrialba), donde se tecnifica la elaboración del queso, mantequilla y natilla. Se sabe que es la primera vez que el queso y la mantequilla de Santa Cruz se venden empacados y con etiqueta. En 1950, ese queso se exportó a Chile e Inglaterra, junto al café que don Florentino exportaba.

Es posible que el reconocimiento de este queso haya sido precedido, y quizás promovido, por la existencia de un queso anterior, fabricado en las zonas de bajura del cantón de Turrialba, y que luego dejó de fabricarse, con el debilitamiento de esta actividad en estas áreas. (Granados et al. (2008), citando a Rivera (2005), p. 14)

Benito Pereira Vargas, oriundo de Santa Cruz, se desarrolló el reconocimiento del producto con el nombre “Turrialba”, a finales de la década de los 1950. Inicialmente, el producto se vendía solo en la región de fabricación y en la provincia de Cartago, pero su padre, uno de los pioneros y posteriormente el principal comercializador del queso de Santa Cruz en la provincia de San José, extendió la comercialización hacia esta provincia. Para entonces, el queso se transportaba desde Santa Cruz hasta su punto de venta, a un pequeño local comercial (conocido como “tramo”), ubicado al costado sur del Mercado Borbón; siendo además uno de los primeros locales dedicados a la venta de quesos en San José.

Con la comercialización en el área metropolitana, alrededor de las décadas 50 y 60, se amplió su reputación, ya siendo identificado con el nombre “Turrialba”, la que luego se extendió hacia otras zonas del país. El producto era reconocido por sus características particulares de sabor, aroma y textura. Los hijos de Don Benito siguieron con el negocio en este sitio, hasta finales de los años 70. Actualmente el antiguo local está ocupado por otro local comercial. (Granados et al. (2008), citando a Rivera (2005), p. 17)

Es así como la historia, es otro factor positivo más que le permite a un producto como el queso de Turrialba; ser certificado con sello de origen. La importancia de este queso es tal, que incluso fue exportado a Chile hace unos años atrás junto con otros productos que se comercializaban en su momento. La historia de este queso es lo que le garantiza al consumidor que el producto que adquiere cuenta con la experiencia, la evolución y toda una antigüedad destacada. Los clientes, con esto, pueden sentirse más que satisfechos, al saber que lo que consumen; es un tesoro costarricense.

Categoría X: Leyes

Descripción.

Esta categoría se refiere a como los aspectos legales pueden influir de forma positiva o negativa en el aprovechamiento de la denominación. El sello de origen cuenta con leyes que garantizan su protección; pero también le permite a diferentes afectados oponerse a dicha condición, porque obstaculiza la venta de sus productos. Para esto, los diferentes entrevistados expusieron su punto de vista y ofrecieron respuestas un poco similares en cuanto a este tema; tal y como se puede ver en los párrafos que se detallan a continuación:

- *“Por su parte, Dos Pinos metió un contencioso administrativo en el año 2013. De hecho, ya ha metido tres contenciosos; de los cuales, la denominación de origen ya ha ganado dos. Este contencioso no es solo contra ASOPROA; sino contra el Registro de la Propiedad Industrial (RPI), el Estado, ASOPROA y el Consejo Regulador. El problema con este tercer contencioso es que los productores no han hecho nada, y es probable que pierdan dicha certificación. Lo peor de todo es que aprovechándose del tiempo que dura este contencioso, Dos Pinos tomó el pliego de condiciones; y lo usó para fabricar su propio queso turrialba”.* (Entrevistado 1)
- *“Por otro lado, no hay una buena promoción del queso, tanto así que a usted le hablan de queso y piensa en Dos Pinos, que de hecho es uno de los mayores enemigos; ya que puso un contencioso administrativo, para el cual hay una primera audiencia el próximo: 07 de Diciembre del 2017, después de cuatros años de que entramos en dicho proceso. Ya ha habido dos demandas anteriores; pero la denominación de origen las ha ganado. Con este contencioso, la denominación de origen demanda es al Estado, específicamente al acto que dio origen a la certificación; pero obviamente involucra a la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz de Turrialba (ASOPROA), y al Consejo Regulador”.* (Entrevistado 2)

- *“En fin, se tienen dos grandes amenazas: en la parte legal está el contencioso administrativo, en donde hay dos opciones, se gana o se pierde, donde si se pierde se va toda la denominación de origen a la nada; es decir, se disuelve”.* (Entrevistado 5)
- *“Ahora, la Organización Mundial del Comercio (OMC) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), establecen que ninguna empresa transnacional puede robarle el nombre a otra empresa que tenga un producto que cuente con una denominación de origen. Con las leyes comerciales pueden venir productos y empresas de todas partes del mundo; pero no pueden usar este nombre del producto que tiene un sello de origen, lo que viene a ser un factor positivo también.*

Entre más se posicione una denominación de origen o una indicación geográfica, las empresas transnacionales y grandes importadores, no pueden competir porque pueden sufrir demandas muy grandes; por derechos de imagen o de propiedad intelectual. La denominación de origen es para los pequeños productores, no para las plantas.

Otro factor negativo es que al productor artesanal no se le debería aplicar esta ley que al industrial, y existe un proyecto de ley para cambiar eso; de forma tal que, se defienda el artesanal porque este no puede cumplir con lo mismo que el industrial, en especial en el factor económico”. (Entrevistado 6)

Análisis.

En este caso, el factor legal tiene efectos positivos y negativos para los productores. Del lado positivo, se puede leer como la ley, la OMC y la OMPI, protegen los productos que cuentan con un sello de origen; tanto así que, cualquier empresa que no esté dentro de la zona geográfica establecida, y no cumpla con los requisitos correspondientes, no podrá hacer uso de este nombre que utilizan para el producto protegido; ni siquiera de uso similar, lo que es positivo para los productores y consumidores, pues garantizan que el producto es propio de la zona, y no andan copias similares de este en el mercado.

Por su parte, el contencioso administrativo que puso la empresa Dos Pinos al Estado por esta denominación, tiene en un hilo a los productores de queso turrialba; ya que si ellos no unen sus fuerzas para salvar este esfuerzo de años, es probable que pierdan la demanda contra la gran empresa. Dos Pinos exige que se le permita hacer uso del nombre: “Queso Turrialba”, ya que ellos afirman que este es un nombre genérico del queso y no característico de la zona de Turrialba.

Hernández (2008), se refiere a los factores legales de la siguiente manera: “hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tiene que pasar para entrar en operaciones en ese país” (párr. 2).

Está formado por las leyes, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita. (Calderón, 2011, párr. 7)

En este punto, los productores cuentan con una ventaja por encima de las grandes empresas como la Dos Pinos; que es la ley. Esta impide, por medio de diferentes instituciones nacionales e internacionales, que otros fabricantes de productos similares a los que se fabrican con una D.O. tomen el nombre o las prácticas de las empresas certificadas en el mercado. El productor debe tener presente que para esto, puede poner sus denuncias y llevar los casos hasta los tribunales de justicia; pero para esto, lo más importante es que reúna esfuerzos y haya colaboración por parte de todo el gremio; ya que es un recurso que no pueden desaprovechar por falta de interés.

Categoría XI: Naturaleza

Descripción.

Esta categoría se refiere a como elementos naturales como el clima, la vegetación, la flora, la fauna, el relieve, la humedad, la temperatura y hasta los suelos, hacen que un producto se pueda certificar con un sello de origen; solo porque estos elementos le dan cualidades físicas, químicas y sensoriales específicas a dicho producto. Para este factor, los entrevistados expresaron sus respuestas; tal y como se puede ver a continuación:

- *“El queso maduro se ve completamente favorecido por las condiciones climáticas, geográficas y de vegetación. Le da mayor sabor y consistencia al mismo. De hecho el queso maduro depende de esto cien por ciento”.* (Entrevistado 3)
- *“El clima, los suelos, el tipo de tierra, abonos específicos para la tierra; son parte de los factores positivos que contribuyen a una denominación de origen. Los factores naturales o humanos, son los que hacen que el producto sea único”.* (Entrevistado 5)

Análisis.

Según lo expuesto en los párrafos anteriores, se puede ver como los elementos naturales le dan a un producto, cualidades únicas y especiales; de forma tal que, si ese mismo producto fuera fabricado en otro lugar, por supuesto no tendría. Esto es lo que hace que el producto sea único en el mercado, pues le garantiza al cliente calidad y diferenciación; pues no son características propias de otros tipos de quesos.

Para comprender este tipo de factor, natural es la palabra clave para poder definir este término. Para esto, Pérez y Gardey (2009), en su sección de diccionario electrónico: Definicion.de, hablan sobre el origen de esta palabra y definen natural así: “Del latín *naturalis*, el término natural tiene varios significados y usos. Se trata de un adjetivo que se refiere a aquello perteneciente o relativo a la naturaleza” (párr. 1).

Igualmente, y no muy lejana de la definición brindada por Pérez y Gardey, la RAE (s.f.), en su diccionario electrónico, viene a afirmar el concepto brindado por ambos autores y agrega algunas palabras, en las cuales se define natural como “aquello perteneciente o relativo a la naturaleza o conforme a la cualidad o propiedad de las cosas, a lo que es nativo de un lugar, a algo regular y que comúnmente sucede” (párr. 1-6).

Tomando como referencia las respuestas dadas por los entrevistados y las citas presentadas anteriormente, todo aquello propio de la naturaleza que compone la zona de Santa Cruz de Turrialba, es lo que hace que el lácteo con sello de origen cuente con características especiales en relación con otros quesos tal vez de zonas cercanas; o bien, más lejanas. El clima, la vegetación y los suelos, son condiciones que no pueden controlar los productores de esta zona; pero que en efecto contribuyen de forma positiva a la fabricación de un queso diferenciado.

Categoría XII: Producción

Descripción.

Esta categoría de análisis se refiere a las técnicas y tipo de producción que tiene el queso turrialba; lo cual fue un elemento clave que ayudó también a que este se pudiera certificar bajo una denominación de origen. Esto además garantiza que el producto cuente con una diferenciación mayor. Para esto, parte de los entrevistados se refirieron a la fabricación del producto, de la siguiente manera:

- *“Un factor positivo es que la fabricación del queso amparado a esta denominación se hizo de forma muy artesanal, muy a lo tico, sin cantidades de proteína, sin métodos de producción, ni técnicas mundiales; y solo se le hecha un “poquitico” de sal. Esto le da una ventaja en caso de que se quiera internacionalizar este producto; ya que Costa Rica es el único país que tiene una denominación de origen en un queso artesanal, pues en los otros países, los quesos son puras copias de los países europeos. Por ejemplo: en España pueden hacer una denominación de origen de un: “Queso Rojo”; pero este tiene una base italiana.*

Otro inconveniente es que como parte de las condiciones de la D.O., es necesario que cada queso lleve un sello que indique el número de lote del queso elaborado; sin embargo, en Costa Rica no existe ninguna imprenta que maneje ese tipo de impresiones; y el costo de este es muy elevado. Ese sello permite darle la trazabilidad al producto para garantizarle al consumidor que se trata de un queso auténtico". (Entrevistado 1)

Análisis.

Partiendo de las respuestas brindadas por los entrevistados, se puede leer como el producto no solo cuenta con una diferenciación a nivel nacional. El queso, por su tipo de fabricación, tiene una ventaja competitiva en el mercado internacional; ya que según lo menciona el vicepresidente del Consejo Regulador, es un producto 100% artesanal, característica con la que no cuenta ningún otro queso a nivel mundial; pues la mayoría se trata de copias. Sin embargo, este proceso cuenta con una limitante, y es que de momento no se le puede dar una trazabilidad al producto; porque en Costa Rica no hay imprentas que emitan los códigos necesarios para dicha función.

La entrada (o inputs) son bienes duraderos, o no, que se utilizan para producir otros bienes mediante el uso de ciertos procesos y tecnologías de producción. En los modelos económicos teóricos, cada una de las entradas está incluida en una función que le dio la designación de la función de producción, que busca medir la cantidad máxima de producción para diferentes cantidades de factores productivos. (Nunes, 2015, párr. 2)

Por su parte, López (s.f.), agrega que: “Los factores de producción son los bienes o servicios que se utilizan en los procesos productivos, es decir, los factores que se combinan para fabricar productos” (párr. 1).

Según las citas expuestas y las respuestas obtenidas en las entrevistas, se puede ver como los productores de queso turrialba, en este punto, supieron utilizar sus insumos para ofrecer un producto económico y totalmente artesanal; ya que al ser un producto tan sencillo, la materia prima que se utiliza es mínima. Esto satisface mejor las necesidades del mercado, pues es accesible para todo segmento de la población a diferencia de otros tipos de quesos. Lo más

ventajoso, es que supieron también sacarle provecho a los factores naturales, geográficos y culturales, para crear un producto único y diferenciador.

Categoría XIII: Productores

Descripción.

Con esta categoría se hace referencia a como el factor humano, en este caso los productores amparados a la D.O. del queso turrialba; y los encargados de la dirección de las entidades reguladoras de este, inciden directamente en el aprovechamiento de este sello de origen. El aprovechamiento de esta certificación, depende en gran parte, de este factor y de la forma en que se desenvuelvan estos actores para la máxima utilización de este. Para esto, los entrevistados expresaron su opinión; tal y como se puede ver a continuación:

- *“Ahora, aquí, la zona de Turrialba cuenta con 500 productores de queso; pero ASOPROA es un grupo de solo 278 asociados; es decir, el apoyo de los miembros de este gremio no es alto; y por ende, los resultados no son los mejores. De esos 278, no todos están al día tampoco, lo que impide poder destinar recursos al impulso de diferentes proyectos. Para ser miembro de ASOPROA se debe estar debidamente inscrito, cumplir con las cuotas correspondientes; y asistir a todas las reuniones que se planifican.*

La falta de organización y de apoyo por parte de estos productores, es uno de los elementos que más nos limita a que no se pueda implementar esta certificación. Lo que está mal porque los productores no reconocen, ni aprovechan todo el esfuerzo que ha hecho el Estado por ayudarlos en este proceso. El problema es que la ley no obliga a los productores, lo que hace que la actuación de las partes vaya despacio.

Depende mucho del mercado. Hasta que los productores no vean que a Martín Solano le está yendo bien y se está haciendo millonario, no van a venir los otros productores a involucrarse; pero en cuanto suceda, todos van a querer hacerlo. Los productores no se arriesgan a esto porque desconocen si realmente va a ser tan provechoso como se cree”.
(Entrevistado 2)”

- *Y por otra parte, la falta de coordinación por parte de los diferentes productores. Es imposible ponerse de acuerdo. De hecho, la zona, toda, no cree en esto*. (Entrevistado 5)
- *“El productor tiene miedo al cambio; pero a su vez, está a la expectativa para ver si la denominación de origen es efectiva, y así ellos poder usarla. Ellos están esperando la evolución del cambio para irse ajustando a dos cosas: dedicarse a producir leche para el queso de la denominación de origen; o a la producción de leche y queso a la vez”*. (Entrevistado 6)
- *“Quienes elaboran el producto, no se someten al cumplimiento de la norma. Por otra parte, existe conformismo y falta de valorar lo que se tiene por parte de los productores.*

No lo han hecho. A mi criterio por dos factores: falta de compromiso y de valorar hacia la D.O. (Entrevistado 7)

Análisis.

En otras palabras, el interés que tienen los productores de queso turrialba, para certificarse con la D.O. es casi nulo. Los entrevistados hablan de falta de coordinación, falta de apoyo, conformismo, no valoran la D.O., no son parte de ASOPROA; y los que están asociados no cumplen con el pago de las cuotas. Por supuesto que de esta forma no se aprovechará ni un 1% de la denominación de origen de queso turrialba. Esto probablemente se deba a la falta de capacitaciones, cursos; o inclusive, a que muchos productores ni siquiera estuvieron enterados de que se hizo dicha solicitud ante el RPI.

Los individuos son mucho más que un factor productivo en los planes de la administración, son miembros de sistemas sociales de muchas organizaciones, son consumidores de bienes y servicios e influyen de manera vital en la demanda, y son miembros de familias, escuelas, iglesias, asociaciones industriales y partidos políticos. En estas distintas funciones, los individuos establecen leyes que gobiernan a los administradores, comportamientos éticos que guían una tradición de dignidad humana que es una característica importante de nuestra sociedad. (Koontz, Weihrich y Cannice, 2012, p. 386)

En el ámbito organizacional existe el concepto de factor humano, el cual hace referencia a uno de los elementos que forman parte de una empresa y que reúne aquellas cualidades que las personas ponen al servicio de la organización para lograr los objetivos que se tengan. (Pérez y Gardey, 2009, párr. 8)

Tomando en cuenta las citas textuales y las respuestas de los entrevistados, nunca habrá un aprovechamiento de la D.O. si los productores no unen sus esfuerzos para alcanzar la implementación de la denominación. Sin los productores, la implementación de la D.O. podría ser un completo fracaso; pues aunque el RPI, las instituciones estatales y educativas y los entes reguladores los ayuden; si ellos no ponen a disposición sus recursos, el esfuerzo de estos otros entes será mal gastado, pues los únicos beneficiados con esto, son estos productores.

Unidad de Análisis II: Beneficios

La segunda unidad de análisis que se estudiará en esta investigación, son los beneficios que generaría la aplicación de la D.O. del queso turrialba en las empresas productoras. Esto se refiere a todos los posibles beneficios que pueden obtener las diferentes empresas productoras con la implementación del sello de origen. Los beneficios en este caso, les pueden ayudar a crecer como compañía, abrir sus mercados; y hasta obtener mejores ganancias. Para esto, esta unidad de análisis cuenta con seis categorías de análisis; las cuales se detallan a continuación:

- Crecimiento.
- Derechos legales.
- Desarrollo económico.
- Diferenciación del producto.
- Promoción y publicidad.
- Satisfacción al consumidor.

A continuación, se hará una descripción de cada una de las categorías expuestas anteriormente; y se presentarán las respuestas dadas por cada uno de los entrevistados al cuestionario de la investigación, para analizar dichos comentarios. Finalmente, se realizará una interrelación entre ese análisis y las afirmaciones teóricas presentadas en el marco de referencia de esta investigación.

Categoría I: Crecimiento

Descripción.

Esta categoría de análisis hace referencia a como por medio de una denominación de origen, los productores no solo pueden aumentar la calidad y las condiciones del producto, sino también adquirir un gran crecimiento y experiencia, los cuales les permitirán crecer en este ámbito; de forma tal que, sus técnicas de producción sean mejores cada día para ellos, para el producto y para el consumidor. Algunos de los entrevistados mencionaron que este es uno de los posibles beneficios; tal y como se puede ver en los párrafos que se exponen a continuación:

- *“Un mayor crecimiento productivo, en experiencia, comercio y negociación”.*
(Entrevistado 2)

Análisis.

Tal y como se puede ver en la respuesta dada por uno de los productores, una denominación de origen les traería condiciones favorables a la producción, les daría una mayor experiencia en la comercialización de su producto; y hasta les mejoraría sus técnicas de negociación para con los consumidores. Por supuesto, es algo que se iría obteniendo con el paso del tiempo y según las mejoras realizadas en la implementación de esta certificación; pues no es algo que se vaya a recibir de inmediato.

“El crecimiento es la acción y efecto de crecer. Este verbo, a su vez, hace referencia a tomar aumento natural, a producir aumento por añadir una nueva materia o a adquirir aumento en sentido simbólico”, de esta forma, Pérez et al., (2009), define el término crecimiento en su diccionario virtual (párr. 2).

Partiendo de la cita expuesta anteriormente, se puede ver cómo el crecimiento es una herramienta que se desarrolla cuando se agrega algún elemento valioso a un proceso o algo en específico. En este caso, la denominación de origen es el elemento valioso que estaría promoviendo un crecimiento productivo, en experiencia, comercio y negociación a los productores de queso turrialba. Es algo con lo que no contaban estas personas; y que ahora es necesario que lo exploten al máximo.

Categoría II: Derechos legales

Descripción.

Esta categoría de análisis se refiere a como los productores de la zona de Santa Cruz de Turrialba, adquieren una serie de derechos que les permite disfrutar y aprovechar tranquilamente; de la D.O. del queso turrialba. La protección de la marca y la prohibición de utilizar dicha marca por empresas residentes en otras zonas geográficas, son parte de estos beneficios. Esto se puede ver continuación, donde se exponen las respuestas brindadas por los entrevistados al cuestionario de investigación:

- *“Protege el producto de una zona”.* (Entrevistado 5)
- *“Las denominaciones de origen ayudan a la protección de las marcas, los productos autóctonos, u otros tipos de productos no perecederos, ni de agricultura; tales como: guitarras, vasijas de barro y cafés. En este último de hecho, están buscando obtener una denominación de origen aquí en Costa Rica.*

Así mismo, ayuda a disminuir la gran agresividad de las grandes empresas industriales, las cuales se roban las marcas; o hacen productos parecidos para competir con los pequeños productores o países”. (Entrevistado 6)

Análisis.

Según las respuestas presentadas en los párrafos anteriores, se puede ver como un beneficio de una denominación de origen es la protección legal; de forma tal que nadie más, ninguna otra empresa, diferente a la de los productores de Santa Cruz de Turrialba, puede hacer uso de la marca que se encuentra autenticada. Esto por supuesto beneficia al productor nacional porque impide tener una competencia directa por parte de estas grandes industrias, que muchas veces son las que llevan a la quiebra a estas pequeñas compañías.

Tovar (2013), se refiere a los derechos legales así: “Los derechos legales son libertades o protecciones que tienen los individuos debido a que las leyes se los otorgan” (párr. 5).

Mientras que, Pérez et al., (2008), establece que el derecho legal: “está formado por las leyes, normativas, reglamentos y resoluciones creadas por el Estado para la conservación del orden social. Se trata de normas cuyo cumplimiento es obligatorio para todos los ciudadanos” (párr. 7).

Con las citas mencionadas anteriormente y el análisis brindado a esta categoría, se puede decir que las leyes, en efecto; les ofrecen un gran beneficio a los productores que cuentan con el sello de origen implementado. Las leyes en denominaciones de origen ofrecen protección y libertad a los consumidores; mientras que a los que se encuentran fuera de esta certificación, se le limita su campo de acción, con prohibiciones y hasta sanciones. Es un beneficio que permite impulsar mejor el producto; y hacer crecer la producción de este queso en la zona.

Categoría III: Desarrollo económico

Descripción.

Esta primera categoría, se refiere a como el aprovechamiento de una denominación de origen, puede generarle un desarrollo económico a los productores que se encuentren certificados con esta. Un fortalecimiento en los precios, el incremento de las ganancias; y hasta mayores demandas del producto, son parte de los posibles beneficios que se pueden recibir con este sello. Para fundamentar esta descripción, los entrevistados, en sus respuestas, se refirieron a esto de la siguiente manera:

- *“Le va a dar un valor agregado al queso, que incluso va a beneficiar el precio de venta de este, aumentando de un 30% a un 40% o más; donde la gente lo pagaría siempre y cuando se usen los canales de concientización”.* (Entrevistado 1)
- *“Una mayor demanda, un aumento en el precio beneficioso para el productor, mayores ganancias, ganancias escalonadas a todos los que se involucran en este proceso, desde el que siembra hasta el que vende; y apertura de negocios comerciales”.* (Entrevistado 2)
- *“Habría beneficios de dos tipos: económico, para las empresas que van a ubicarse en un buen segmento del mercado”.* (Entrevistado 4)
- *“Permite a los productores artesanales competir con las empresas industriales, no por precio; sino por calidad y tradición. Así mismo, el precio se fortalece”.* (Entrevistado 5)
- *“Sirven para posicionar un producto proveniente de equis lugar, a nivel nacional e internacional.”*

Por otra parte, ayudan a que la riqueza no se concentre en una sola empresa o dueño, pues esta busca la transmisión de la riqueza de forma escalonada, a todos los actores sociales de las comunidades; ya que con una denominación se beneficia el que siembra, el que industrializa; y el que vende”. (Entrevistado 6)

- *“Así como, lograr vender el producto a un precio más competente”*. (Entrevistado 7)
- *“El beneficio económico sería el más fuerte, porque ellos tienen que hacer una inversión grande, la cual se va a ver compensada una vez que su denominación esté lista en el comercio; pues el consumidor paga por calidad.*

Así mismo, la denominación de origen les permite a los productores incrementar el precio del producto, con una calidad específica para el consumidor. También, promueve la internacionalización de los productos”. (Entrevistado 8)

Análisis.

Basándose en las respuestas brindadas por cada uno de los entrevistados, el desarrollo económico es uno de los principales beneficios que puede recibir un productor certificado con el sello de origen. Una mayor demanda de compra en este producto, el poder vender ese producto a un precio igual de accesible para los consumidores; pero más ventajoso para los productores, el incrementar las ganancias; y mejor aún, el distribuirla entre todos los involucrados; y hasta la apertura de nuevos negocios, son parte de los beneficios que lograrían aumentar la parte económica del gremio de productores.

Para poder interrelacionar estas respuestas y el análisis anterior, la RAE (s.f.), define desarrollo económico como la: “evolución de una economía hacia mejores niveles de vida” (párr. 4)

Mientras tanto, Pérez (2017), divide ambas palabras: desarrollo y económico, y ofrece una definición para ambas palabras; exponiéndolas así: “el concepto de desarrollo puede referirse al crecimiento o el progreso. Económico, por su parte, es aquello relacionado con la economía: el estudio de la producción, el intercambio y el consumo de servicios y bienes” (párr. 1)

Evolución de la economía de manera tal que favorezca una mejora en la calidad de vida de la gente. Por lo general la noción se vincula a la creación de riqueza, aunque también abarca otras dimensiones como la distribución de dicha riqueza. (Pérez, 2017, párr. 2)

Tomando las citas anteriores, se puede decir que sí, los elementos económicos que se pueden obtener como parte de un aprovechamiento de la D.O., puede brindar mejores condiciones de vida para los productores amparados con este sello. Es un crecimiento para todo el gremio de productores, quienes podrán distribuir dichos recursos a todos los involucrados en el proceso; de forma tal que, el éxito se disfrute en compañía. Esto les permite crear riqueza, la cual podrían utilizarla para poder llevar el producto hasta la internacionalización; inclusive.

Categoría IV: Diferenciación del producto

Descripción.

Esta otra categoría de análisis hace referencia a como el producto, por medio de una certificación de origen y de elementos que le dan una calidad inigualable, ofrece una diferenciación que ningún otro producto en el mercado presenta. La D.O. ofrece esto como un beneficio, pues le da un valor agregado al producto, lo hace ver como algo incomparable, especial, específico; y hasta individualizado. Esta diferenciación es comentada por los diferentes entrevistados de la siguiente manera:

- *“Además, varía de forma positiva la percepción de la marca y la estabilidad de un producto en el mercado”.* (Entrevistado 5)
- *“Lograr obtener vender el producto con una marca, darse a conocer en otros mercados”.* (Entrevistado 7)

- *“La propiedad industrial en sí, hasta ahorita, es que ha tenido un auge; por ejemplo, anteriormente, una marca, las personas venían a registrarla para simple y sencillamente protegerla, y que nadie me la copie. Ese era el interés principal. Ahora, la inscripción de una marca no se limita únicamente a un registro o protección; sino a generarle un valor a la marca porque estas ahora mueven mercados gigantes”.* (Entrevistado 8)

Análisis.

Partiendo de lo expuesto anteriormente, se puede decir que la marca, la percepción que tengan los clientes de esta, el valor que tenga en el mercado, la historia de esta y el valor agregado que le ofrece esta al producto, de la mano con la calidad; son las que le dan características únicas en comparación con otros de sus similares. Estas características dan una ventaja competitiva mayor, pues es algo contra lo que los grandes empresarios no pueden competir, porque no lo poseen; ni lo pueden conseguir en un corto, ni largo plazo.

Para esto, Pérez et al., (2010), se refiere al término diferencia así: “Diferencia es la cualidad que permite que algo se distinga de otra cosa. El término, que procede del latín *differentia*, puede utilizarse para nombrar a la variedad de cosas de una misma especie” (párr. 1).

La capacidad de diferenciarse de la competencia, permite a una empresa generar una posición única y exclusiva en el mercado.

El consumidor compara entre las marcas existentes en el mercado, y tiene una mayor tendencia a escoger aquellas marcas que se diferencien de forma positiva del resto, suponiendo esta diferenciación un valor relevante. (Moraño, 2010, párr. 4-5)

Entonces, es aquí cuando se puede decir que, en efecto, la diferenciación es un beneficio más para el producto certificado con la D.O. El queso turrialba cuenta con una marca de más de 100 años, con una historia que incluso representa a Costa Rica en el ámbito internacional, procesos productivos de tradición y una calidad proveniente de elementos naturales, geográficos y culturales; con los que ningún otro producto tiene la dicha de contar. Estas condiciones son las que hacen que hoy, el queso turrialba sea único y especial.

Categoría V: Promoción y publicidad

Descripción.

Esta categoría de análisis hace referencia a como la certificación de origen del queso turrialba, daría una mayor promoción y publicidad, no solo al producto; sino a la zona de Santa Cruz de Turrialba. De hecho la mayoría de entrevistados coinciden en que este es uno de los beneficios más grandes e importantes que este sello de origen les daría; tal y como se puede ver en las respuestas que se presentan a continuación:

- *“La denominación de origen es una muy buena publicidad que le permite a la gente imaginarse a Santa Cruz con el Volcán atrás y las vaquitas con cachetes rosados. Como el lugar más bonito de la tierra. A su vez, promueve el turismo porque incentiva a que las personas vengan de diferentes partes del país, o de cualquier otra zona del mundo, alquilen un “cuartico” y vengan a ver la fabricación de este tipo de queso; favoreciendo la economía de la zona también. Es un mercadeo, es un apoyo a toda la zona”.* (Entrevistado 1)
- *“Mayor publicidad para la zona”.* (Entrevistado 2)
- *“Para promover el turismo”.* (Entrevistado 6)
- *“Explotar (en el buen sentido de la palabra) la zona, por medio del turismo rural e internacional”.* (Entrevistado 7)

Análisis.

Según las respuestas presentadas, se puede leer como la mayoría de entrevistados concuerdan en que un sello de origen le daría una promoción y publicidad a la zona de Santa Cruz de Turrialba; de forma tal que, se incentive al máximo el turismo tanto rural como internacional. Este turismo sería desarrollado por el deseo de los consumidores de conocer cómo se hace el queso por el que ellos pagan una suma de dinero, que es lo que lo hace diferente al de los demás productores del país; y porque deberían seguirlo comprando.

Para comprender mejor los términos de promoción y publicidad, es necesario dar una definición de ambos y analizar si en efecto, se relacionan con esta categoría de análisis de la unidad beneficio. Para empezar, la cita que se presenta a continuación habla sobre el término promoción:

Alave (2009), menciona que el término promoción: “Cubre una amplia variedad de incentivos para el corto plazo - cupones, premios, concursos, descuentos - cuyo fin es estimular a los consumidores, al comercio y a los vendedores de la propia compañía” (p. 7).

Por su parte, Guinsberg (2010), se refiere a la publicidad como un: “conjunto de técnicas dirigidas a atraer la atención del público hacia el consumo de bienes o servicios” (p. 11).

Por tanto, según las citas ya expuestas y las respuestas obtenidas con el cuestionario de investigación, se puede afirmar que en efecto, la denominación de origen es la que estaría dándole la publicidad al queso turrialba para que los consumidores se interesen aún más por este; y este estaría promocionando la zona por medio del turismo. Es decir, la primera lleva a la segunda. Trabajan juntas. No se debe olvidar que la denominación de origen es la que le da esta cualidad.

Categoría VI: Satisfacción al consumidor

Descripción.

Esta categoría de la segunda unidad de análisis, se refiere a la forma en que una denominación beneficia no solo a los fabricantes del producto certificado; sino también a todos aquellos que adquieren el producto para suplir una necesidad. La calidad y un buen precio de venta, son formas de satisfacer al consumidor. Con referencia a esto, los entrevistados expresaron sus comentarios; y mencionaron lo que se presenta a continuación:

- *“Una denominación de origen es similar a una marca, con la diferencia de que su alcance va un “poquito” más allá, porque no solo se usa para distinguir un producto o un servicio e individualizar su origen; sino también, es un factor determinante relacionado con la fabricación y calidad de estos. Con una denominación de origen, el consumidor se garantiza que aunque va a pagar una suma más alta de dinero; está adquiriendo calidad en este. Está adquiriendo algo único. La denominación de origen es un indicador de calidad”.* (Entrevistado 8)

Análisis.

Con base en las respuestas expuestas anteriormente, se puede decir que la calidad que les garantiza una denominación de origen a sus consumidores, justifica que el precio de este; sea mayor en comparación con el de otros productos del mercado. La relación entre calidad y precio, hace que el cliente realice una compra satisfactoria; ya que el consumidor se queda tranquilo al saber que el producto que está adquiriendo es único; y no lo ofrece ningún otro comerciante en el mercado.

Para poder comprender el análisis anterior y las respuestas de las entrevistas, a continuación se presentan una serie de citas bibliográficas que hacen referencia al término satisfacción:

De las investigaciones realizadas por Milind Lele y Jagdish Sheth se identifican cuatro factores básicos y fundamentales para lograr la satisfacción del cliente, siendo estas: las variables relacionadas con el producto, las variables relacionadas con las actividades de ventas, las variables relacionadas con los servicios post-venta y las vinculadas a la cultura de la empresa. Los factores relacionados con el producto incluyen aspectos tales como diseño básico del producto, familiaridad de los diseñadores con las necesidades del consumidor, motivaciones que dirigen el trabajo de los diseñadores, procesos de producción, sistemas de control de calidad. En el área de las actividades de venta se incluyen factores como el tipo de mensaje que la empresa proyecta en su publicidad y programas promocionales, cómo selecciona y controla su fuerza de venta y sus intermediarios, y la actitud que estos proyectan hacia los consumidores. Los servicios post-venta incluyen cosas como garantías, repuestos y servicios, retroalimentación, atención de quejas y las actitudes de respuesta a los problemas planteados por los clientes. La cultura empresarial cubre los valores intrínsecos y las creencias de la empresa y los símbolos y sistemas, tangibles e intangibles, que la empresa utiliza para transmitir e inculcar estos valores en sus empleados a todos los niveles. (Lefcovich, 2009, p. 10)

En otras palabras, se puede decir que la calidad que perciba el cliente en relación con el producto y la condición de que es un producto único en el mercado, es lo que estaría posiblemente generando esa sensación de felicidad al consumidor. El dinero que ellos van a sacrificar por la compra del producto, debe ser proporcional a las características y necesidades que satisface este; las cuales las da esta certificación que tiene el producto. Certificación que garantiza especialidad, experiencia, cultura, calidad e historia en el queso.

Interpretación de Datos

Se puede entender como el apoyo estatal y académico ha estado presente desde que se inició el proceso de certificación. A pesar de que era un tema muy nuevo para Costa Rica, del cual no se tenían antecedentes; ni registros de guía, el Estado dio un acompañamiento total a los fabricantes de queso de Santa Cruz de Turrialba. Hoy, ellos ya cuentan con la oportunidad de poder hacer uso de este sello de origen; lo que quiere decir que la tarea que tenía el Estado con esta denominación, fue completada con éxito.

El Estado y las instituciones académicas que han intervenido de alguna u otra forma en este proceso, han tenido la ventaja de que el queso turrialba cuenta con algo que muchos otros quesos de la zona o del país, no poseen; la cual se conoce como: calidad. Esta característica del producto es tan importante, que cumple dos funciones dentro del aprovechamiento de la D.O.: como factor, que es lo que hizo que se pudiera registrar como uno de los mejores quesos costarricenses, que incluso distinga al país por esa cualidad; y como beneficio, pues esta es la que le da, sin duda alguna, la diferenciación que buscan los consumidores en sus productos actualmente.

Lamentablemente, se puede entender que a pesar de que la certificación de este queso ha tenido un apoyo estatal y una calidad inigualable, el tema de las capacitaciones ha sido muy vago. Al ser el primer producto autorizado con este sello en el país, los productores no han recibido las capacitaciones suficientes para entender el valor agregado con el que podría estar contando su producto; si hicieran uso de esta identidad. Sí, los productores han recibido capacitaciones; pero no las más importantes que puedan acabar con los vacíos y miedos con los que cuentan estos fabricantes.

Se puede asociar que esa falta de capacitación por parte de las empresas asesoras y reguladoras, ha venido a darle mayor fuerza a una de las más grandes problemáticas con las que cuenta este gremio; la cual radica en el desconocimiento. Los fabricantes no saben que es una denominación de origen; y por ende, desconocen los posibles beneficios que esta podría traerle a sus pequeñas empresas. Beneficios que incluso traerían grandes ventajas a la zona rural donde ellos viven. Ese desconocimiento es lo que alimenta aún más el miedo y la incertidumbre en este sector productor.

Ahora bien, la calidad con la que cuenta el producto no es algo que da el queso por sí solo; sino un resultado de dos elementos muy fuertes: la cultura y la historia. Se puede entender que el queso turrialba es fabricado en Costa Rica desde hace mucho más de cien años atrás; de hecho, forma parte de la historia de desarrollo de la región de Turrialba. Gracias a esta historia es que hoy, este queso cuenta con uno de los nombres más reconocidos dentro del territorio nacional; lo cual es uno de los requisitos indispensables para poder solicitarle la denominación de origen a un producto.

La evolución que ha tenido este queso en temas de insumos, fabricación, técnicas de fabricación y maduración, es parte de la cultura que fueron heredando los antiguos productores a sus hijos, nietos, bisnietos; y así sucesivamente; hasta encontrar a los productores actuales, quienes cuentan con una oportunidad en sus manos, dispuesta a ser aprovechada. Esta, es otra de las cualidades con las que cuenta el producto que ayuda a darle una mayor diferenciación a este; y satisfacer las necesidades de un sector consumidor exigente.

Pero la historia y la cultura no son los únicos elementos que contribuyen a darle la mejor calidad al producto. Factores como el clima, la vegetación, el relieve, la humedad; y hasta las diferentes temperaturas, son parte de los otros muchos elementos que contribuyen a que el queso turrialba sea un producto único en el mercado. Se puede interpretar también que esto contribuyó de forma positiva a que el queso turrialba fuera certificado con el primer sello de origen del país, el cual certifica que el producto cuenta con procesos e insumos únicos; tales como los que son parte de la producción de este tipo de queso.

Condiciones como la altura, el estar ubicados en las faldas del Volcán Turrialba, la calidad de los suelos y los relieves de estos, contribuyen de forma de positiva a que este queso cuente con más razones para ser reconocido a nivel nacional; diferente de los otros tipos de queso que se ofrecen en el mercado. Siendo la geografía un factor de relevancia.

Tantos elementos naturales, geográficos y de cultura, son los que hacen que los productores fabriquen un queso 100% artesanal, donde solo se agrega un poco de sal, leche obtenida de las mejores vacas de la zona; y técnicas de producción tan puras, que hacen que no se trate de un queso procesado; sino de un producto distinguido, que de hecho, satisface la necesidad que tienen los consumidores actualmente de alimentarse con productos orgánicos, artesanales; y saludables; de forma tal que no vean afectada su salud. Esto permite que los clientes paguen un precio justo por la compra de un producto.

Lastimosamente, a pesar del gran conocimiento que tienen los productores en cuanto a la fabricación de este queso, el miedo, el conformismo, los vacíos y la incertidumbre tan grandes que manejan estos fabricantes en relación con el tema de las denominaciones de origen; impide que dichos productores decidan reunir los requisitos para implementar el sello de origen en sus pequeñas empresas, y por ende, disfrutar los posibles beneficios que esta les puede ofrecer. Por supuesto que no es algo directamente de ellos, sino algo asociado con la falta de cursos y capacitaciones que no han recibido en este tema.

Pero esto no lo es todo, pues la falta de recursos económicos que presenta el gremio de productores; es otra de las mayores limitantes que impiden aprovechar los beneficios de esta certificación. La implementación de una denominación se puede interpretar como uno de los procesos más caros que se realizan ante el RPI; sin embargo, es un tema que se podría corregir si los productores unieran sus esfuerzos, y comenzaran a trabajar juntos para ejecutar actividades que les permitan recaudar fondos, implementar la denominación y obtener los beneficios de esta.

Para esto, el gremio debería aprovecharse de que la ley menciona que una denominación de origen es de tiempo indefinido; lo que contribuye de mejor manera al disfrute de dicha certificación; pues pueden usar el tiempo para realizar dichas actividades sin el riesgo de perder el sello. Pero no llega hasta ahí, la ley de marcas también prohíbe el uso de la marca por parte de otros productores; ni siquiera un nombre similar, temas importantes que los fabricantes deben tener presentes y saber utilizar para defenderse en caso de que se vean afectados por algún tema de estos.

No obstante, se puede entender también que la ley presenta grandes vacíos en cuanto al procedimiento de solicitud y registro de una D.O. Los pasos que se indican en la ley de marcas no son claros, y no especifican que se requiere para poder optar por una de estas ante el RPI. Sin una asesoría directa por parte de alguno de los tramitadores del Registro, es casi que imposible que una productora cumpla desde un comienzo, con lo requerido para certificar su producto; ya que la ley no es clara; y mucho menos concisa.

Se puede asociar como la implementación de la D.O. en las empresas productoras puede traer beneficios al producto, diferenciándolo de otros que se ofrecen en el mercado; o recibiendo derechos legales que protejan la fabricación, distribución y venta de este tipo de producto. Por supuesto que no sería lo único, el gremio de productores lograría tener un mayor crecimiento; tanto en experiencia como en fabricación, pues sus procesos se verían mejorados; y serían capaces de duplicar, o incluso triplicar, la cantidad de quesos por día.

Con la venta de un queso certificado, los consumidores se verían más que complacidos de ir a un supermercado; y poder adquirir un queso que cumple con un precio justo y una sofisticada tendencia. Esto a su vez, lograría darle una promoción y publicidad a la zona de Turrialba, promoviendo el turismo rural, nacional e internacional; dándole la oportunidad al lugar de crecer económicamente, y poder beneficiar aún más a los pobladores de Turrialba.

Por último, se puede entender entonces cómo los factores mencionados afectan el aprovechamiento de la D.O. del queso Turrialba; que de hecho, han afectado tanto que aún no ha sido posible implementar la denominación de origen en las diferentes empresas productoras, de la zona de Santa Cruz de Turrialba. Se tiene una pequeña idea de cuáles son los posibles beneficios que se pueden obtener con esta certificación; más no ha sido posible comprobarlo porque ninguna empresa cuenta con esta herramienta en sus quesos.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones más importantes de la investigación. La importancia de este apartado radica en que gracias a la línea teórica y las respuestas brindadas por cada uno de los entrevistados, se le puede dar respuesta al planteamiento del problema en estudio. Así mismo, permite identificar si los objetivos que dieron dirección a esta investigación, lograron ser resueltos de manera exitosa. Las conclusiones permiten examinar si se da un aprovechamiento o no a la denominación de origen; mientras que las recomendaciones darán una guía para obtener este aprovechamiento, o sacar los máximos beneficios de este.

Conclusiones de la Investigación

Partiendo de la investigación realizada y las respuestas obtenidas por parte de cada uno de los entrevistados, se detallan a continuación las conclusiones más relevantes sobre el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba:

- El acompañamiento dado por el Estado, sus instituciones y el sector académico; ha sido muy completo en todo el proceso de la D.O. del queso turrialba.
- El ser originario de una zona específica, el clima, el tipo de cultivo del pasto, las condiciones del ordeño y las técnicas de producción, son factores determinantes en la calidad con la que cuenta el queso turrialba.
- Las capacitaciones brindadas a los productores de la zona de Santa Cruz de Turrialba han sido deficientes, dejándole al gremio una gran cantidad de vacíos e inseguridades.
- El desconocimiento por parte de la sociedad costarricense y productores, en lo que a denominaciones de origen respecta; impide que los fabricantes posicionen su producto con esta certificación, y que los consumidores reciban los beneficios de esta.
- La cultura que interviene en la fabricación del queso turrialba es un elemento que garantiza la diferenciación de este en el mercado.

- Los altos costos de implementación de la D.O. impiden que los productores de queso turrialba amparen su producto a esta certificación.
- Los requisitos con los que debe contar un gremio de productores y los pasos que estos deben seguir para proteger un producto con una denominación de origen no son claros, lo que hace que el otorgamiento de un sello de origen pueda tardar meses o años.
- La posición geográfica en la que se desarrolla la fabricación del queso turrialba fue un factor determinante en su aprobación por parte de la D.O.
- La historia de más de cien años con la que cuenta el queso turrialba, es lo que le dio el reconocimiento que pide el RPI para proteger un producto con una D.O.; siendo este otro factor determinante en esta certificación.
- Los productores de queso turrialba que deseen implementar la D.O. en su producción, cuentan con la ventaja de que nadie más, diferente al gremio de productores de la zona de Santa Cruz de Turrialba, puede ofrecer este producto en el mercado; ni utilizar este nombre o uno similar en la venta de estos.
- El queso turrialba, a diferencia de muchos otros tipos de quesos del mercado, está influido por factores naturales que le dan características de sabor, color y textura únicos y especiales.
- Se trata de un queso artesanal, característica proveniente de las antiguas técnicas de fabricación y poca cantidad de insumos; que se utilizan en su elaboración.
- La falta de organización y de apoyo, el miedo al cambio, el conformismo y la falta de valorar la certificación que tienen en sus manos, están presentes en la mentalidad de los productores de queso turrialba todos los días; lo que impide que se pueda implementar la D.O. de este lácteo.

- Con la implementación de la D.O., los productores de queso turrialba obtendrían un crecimiento en conocimiento, experiencia, negociación y comercialización sobre sus productos.
- La protección legal con la que contarían, una vez implementado el sello de origen, vendría a disminuir la competencia desleal que presenta el gremio de productores de Santa Cruz de Turrialba.
- El precio del queso turrialba, se fortalecería entre un 30% o un 40%, incrementando las ganancias de los fabricantes de este producto.
- La D.O. le daría un valor agregado al queso turrialba que se ofrezca en el mercado, convirtiéndolo aún más diferente del resto.
- La implementación de este sello de origen le daría a la zona de Santa Cruz de Turrialba una atracción turística muy grande, favoreciendo el desarrollo económico de esta.
- El precio que sacrificaría el consumidor por la compra de un queso turrialba certificado, se vería compensando por la calidad y diferenciación con los que cuenta este producto.
- La D.O. del queso turrialba no es aprovechada por los productores de Santa Cruz de Turrialba; ya que aún no ha sido posible implementar este sello de origen en las empresas productoras.

Recomendaciones

Como parte de las mejoras que se pueden realizar para terminar de implementar la D.O. del queso turrialba en las empresas productoras de la zona de Santa Cruz, poder lanzarla al mercado y obtener los beneficios de esta, se brindan a continuación una serie de recomendaciones, las cuales permitirían un gran avance en el proceso de aprovechamiento de este sello de origen:

- Se les recomienda a los productores de queso de la zona de Santa Cruz de Turrialba, que unan sus esfuerzos para darle un mayor soporte a ASOPROA y al Consejo Regulador; para poder llevar a cabo la implementación de la D.O. en las empresas productoras de esta localidad. La falta de ayuda, la poca coordinación y el desinterés por parte de este gremio, han sido parte de las causas principales de la no implementación de esta identidad. Con una mayor organización y colaboración, será más fácil para estas dos entidades poder acelerar el proceso, y aprovechar así la certificación dada por el RPI.
- Se le recomienda a la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz de Turrialba, mejor conocida como: ASOPROA, que a partir del mes de enero del año 2018, impartan un curso mensual, durante todo ese año, sobre el tema: denominaciones de origen y todas sus generalidades; es decir, qué es una denominación de origen, las implicaciones, los factores que intervienen en ella, los beneficios que pueden recibir de ella, lo que requieren para implementarla y la forma en que pueden aprovecharla. De esta forma, la entidad podrá acabar con el desconocimiento, el desinterés y el miedo que tienen los productores de queso, en relación con este tema.
- Se le recomienda al Registro de la Propiedad Industrial, también conocido como: RPI, que extiendan el acompañamiento que dan a los productores que se encuentran realizando el proceso de protección de un producto con una D.O., no limitándolo hasta el registro de esta; sino llevándolo hasta que ese sello de origen esté debidamente implementado por todos los productores que forman parte del gremio que hizo la solicitud. De esta forma, se le hará más fácil a estos fabricantes, poder culminar el proceso de forma exitosa y comenzar a disfrutar los beneficios de esta; de lo contrario, se otorgarán las certificaciones, más será muy difícil poder lanzarlas al mercado.

- Se le recomienda al Consejo Regulador del queso turrialba que presenten una reforma a la ley n° 7978; también conocida como: Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, ante la Asamblea Legislativa de Costa Rica, para que durante el período presidencial entrante (2018-2022), lo establezca dentro de sus proyectos. En temas de denominaciones de origen, la ley presenta una gran cantidad de vacíos, dejando muchas confusiones para quien desee solicitar el registro de una D.O. de un producto. Con una modificación en los pasos que se deben llevar a cabo y los requisitos que se deben cumplir para solicitar un sello de origen, será más fácil para los solicitantes poder seguir el proceso de una manera sencilla y concisa, desde un principio.
- Se le recomienda a la Asociación de Productores Agropecuarios de Santa Cruz de Turrialba (ASOPROA), que para el año 2018 realice dos campañas publicitarias a través de redes sociales o de medios masivos de comunicación, con las cuales pueda dar a conocer el queso turrialba y la denominación de origen de este. Con esta actividad se podría eliminar gran parte del desconocimiento que tiene la sociedad en relación con las denominaciones de origen; y reducir la posibilidad de que se dé un mal aprovechamiento una vez implementada dicha certificación. Para esto es importante que toquen temas relacionados con el concepto de una denominación de origen y los beneficios que pueden recibir los consumidores con dicha identidad, para que estos se sientan atraídos hacia ella y se desarrolle una fuerte demanda hacia el producto.
- Se le recomienda al Consejo Regulador de la denominación de origen del queso turrialba que analice la posibilidad de solicitar un préstamo al Banco Nacional de Costa Rica, o al Banco Popular de Costa Rica para el mes de junio del año 2019, el cual les permita llevar a cabo la implementación de la denominación de origen en las diferentes empresas productoras, una vez que se haya logrado crear más confianza, seguridad y atracción en el productor hacia este sello de origen. El pago de las cuotas del préstamo podría ser cancelado por medio de la mensualidad que pagan los diferentes productores por ser asociados de dicho consejo. Es una buena forma de aprovechar este recurso financiero.

- Finalmente, se le recomienda a la Asociación de Productores de Agropecuarios de Santa Cruz de Turrialba (ASOPROA), al Consejo Regulador de la denominación de origen del queso turrialba y a los productores de queso turrialba de la zona de Santa Cruz de Turrialba, que para el mes de Enero del año 2019, una vez concluidas las diferentes capacitaciones relacionadas a este sello de origen, comiencen a trabajar en la estandarización de los procesos de fabricación del queso turrialba, de forma tal que, una vez que se dé el sí final a dicha implementación, el proceso sea aún más fácil y no se tenga que invertir más tiempo en esta área; sino que una vez que se dé el visto bueno final, el proceso ya esté siendo trabajado por parte de los productores, de la forma en que lo solicita el pliego de condiciones que rige este sello de origen, y sea solo de comenzar a comercializar.

Referencias

- Alave, C. (2009). Promoción de productos. El Cid Editor | apuntes.
- Alfaro, A. (2006) Alfaro, L. (2006). Ley de Marcas y otros Signos Distintivos y su Reglamento (Concordada y anotada). Costa Rica: Investigaciones Jurídicas S.A.
- Arano, R., Cano, M. y Olivera, D. (2012). La importancia del entorno general en las empresas. [Versión PDF]. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/04/06CA201202.pdf>
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (1975). Ley de Creación del Registro Nacional.
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2000). Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.
- Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica. (2007). Reglamento de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.
- Azcoytia, C. (2012). Historia del queso de Roquefort y forma de elaborarlo. Recuperado de <https://www.historiacocina.com/es/historia-del-queso-de-roquefort>
- Becerra, M. (2011). Consejo Regulador del Tequila, A.C. (CRT) y Denominación de Origen Tequila (DOT). Simposio Mundial sobre Indicaciones Geográficas, Aseguramiento de Producto Terminado. Consejo Regulador del Tequila, A.C., Jalisco, México.
- Blanco, M. (2012). Queso Turrialba: historia y sabor de una denominación de origen. Recuperado de <http://www.iica.int/es/prensa/noticias/queso-turrialba-historia-y-sabor-de-una-denominaci%C3%B3n-de-origen>
- Díaz, A. (2008). América Latina y el Caribe: La propiedad intelectual después de los tratados de libre comercio. Chile: Naciones Unidas.
- Dirección General de Normas. (2006). México. Bebidas alcohólicas - tequila – especificaciones. Recuperado de <https://www.crt.org.mx/images/Documentos/NOM-006-SCFI-2005.pdf>

- García, G. (2010). Guía de estudio de la normativa de propiedad intelectual vigente en Costa Rica. Costa Rica: ISOLMA S.A.
- Gilbon, K. (2014). La trascendencia de la denominación de origen en México. (Tesis para acreditar experiencia recepcional). Universidad Veracruzana, Venezuela.
- Granados, L., y Álvarez, C. (2007). Estudio técnico de la denominación de origen del queso Turrialba. Costa Rica.
- Granados, L y Álvarez, C. (2008). Pliego de condiciones: denominación de origen del queso Turrialba. Costa Rica.
- Guinsberg, E. (2010). Publicidad, manipulación para la reproducción. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Hernández, P. (20, noviembre, 2008). Los Factores Legales. Recuperado de <http://factoreslegales.blogspot.com/>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill.
- Junta Directiva de la Asociación de Productores de Santa Cruz de Turrialba. (2008). Denominación de Origen del Queso Turrialba. Normativa de Uso y Administración y de su Consejo Regulator. Recuperado de <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/costarica/ppp/Miercoles/documentacion/reclamento.pdf>
- Koontz, H., Weihrich, H., y Cannice, M. (2012). Administración. Una perspectiva global y empresarial. México: McGraw-Hill.
- Lefcovich, M. (2009). Satisfacción del consumidor. El Cid Editor | apuntes.
- López, I. (s.f.). Factores de producción. Recuperado de <http://www.encyclopediainfinanciera.com/diccionario/factores-de-produccion.html>

Macarena, P. (2015). Indicación geográfica; denominación de origen; Ley 19.039; Instituto Nacional de Propiedad Industrial; sello de origen. Chile: ODEPA.

Martínez, V. (2013). Paradigmas de investigación [Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica]. Recuperado de http://www.pics.uson.mx/wp-content/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf

Melara, M. (2013). La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente. Recuperado de <http://marlonmelara.com/la-relacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>

Moraño, X. (2010). Diferenciación Competitiva. Recuperado de <http://marketingyconsumo.com/diferenciacion-competitiva.html>

Nudman, V. (2007). Protección internacional de la denominación de origen Pisco Chileno. (Tesis de licenciatura). Universidad de Chile, Chile.

Nunes, P. (22, Marzo, 2015). Factor de producción [Concepto de Factor de Producción]. Recuperado de <http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/factor-de-produccion.htm>

Organización Mundial del Comercio [OMC]. (1994). Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI]. (1958). Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional.

OMPI. (1883). Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.

OMPI. (Junio, 2008). Denominaciones de origen famosas. Revista de la OMPI. Recuperado de http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2008/06/article_0009.html

Ortega, I. (2010). Marco regulatorio de las denominaciones de origen e indicaciones geográficas en el área del queso y el vino: una comparación entre Chile y Costa Rica. (Tesis de licenciatura). Universidad de Costa Rica, Costa Rica.

Pérez, J (2008). Definicion.de [Definición de cultura]. Recuperado de <https://definicion.de/cultura/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2008). Definición de historia. Recuperado de <https://definicion.de/historia/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2009). Definicion.de [Definición de factor]. Recuperado de <https://definicion.de/factor/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2009). Definicion.de [Definición de natural]. Recuperado de <https://definicion.de/natural/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2010). Definicion.de [Definición de beneficio]. Recuperado de <https://definicion.de/beneficio/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2010). Definición de diferencia. Recuperado de <https://definicion.de/diferencia/>

Pérez, J., y Gardey, A. (2011). Definición de satisfacción. Recuperado de <https://definicion.de/satisfaccion/>

Pérez, J. y Gardey, A. (2016). Definición de capacitación. Recuperado de <https://definicion.de/capacitacion/>

Pérez, J. (2017). Definición de desarrollo económico. Recuperado de <https://definicion.de/desarrollo-economico/>

Pérez, J., y Merino, M. (2008). Definición de calidad. Recuperado de <https://definicion.de/calidad/>

Pérez, J. y Merino, M. (2008). Definición de crecimiento. Recuperado de <https://definicion.de/crecimiento/>

Pérez, J. y Merino, M. (2008). Definición de derecho. Recuperado de <https://definicion.de/derecho/>

- Pérez, J., y Merino, M. (2008). Definicion.de [Definición de geografía]. Recuperado de <https://definicion.de/geografia/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2009). Definición de publicidad. Recuperado de <https://definicion.de/publicidad/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2010). Definición de recursos económicos. Recuperado de <https://definicion.de/recursos-economicos/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2014). Definición de promoción. Recuperado de <https://definicion.de/promocion/>
- Ramírez, T., Ruiz, P., Chaparro, M., Olmos, R., y Leticia, G. (2015). Geografía general. México: Grupo Editorial Patria.
- Real Academia Española [RAE]. (s.f.). Diccionario de la lengua española [Definición de beneficio]. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=5LctDVj>
- RAE. (s.f.). Diccionario de la lengua española [Definición de cultura]. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=BetrEjX>
- RAE. (s.f.) Definición de economía. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=ELVW605>
- RAE. (s.f.). Diccionario de la lengua española [Definición de factor, ra]. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=HTiXnHN>
- RAE. (s.f.). Diccionario de la lengua española [Definición de natural]. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=QHiso1I>
- Registro de la Propiedad Industrial de Costa Rica [RPI]. (Noviembre, 2013). Otros signos distintivos. Suplemento Publicitario Comercial.
- Rodríguez, C. (2009). Las denominaciones de origen y el Sistema Nacional de Innovación. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Sebastián, J. y Benavides, C. (s.f.). Ciencia, Tecnología y Desarrollo: Si el conocimiento es un factor de producción fundamental, el fomento de los procesos implicados en su generación y difusión se convierte, por tanto, en uno de los protagonistas de las actuales estrategias de desarrollo económico. Agencia Española de Cooperación Internacional. Dirección General de Relaciones Culturales y Científicas. Recuperado de <http://www.cce.co.cu/pdf/05-CienciaTecnologia.pdf>

Silva, A. (31, mayo, 2011). Tesis de Investigación [Definir la unidad de análisis y la población de estudio]. Recuperado de <http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/05/definir-la-unidad-de-analisis-y-la.html>

Tovar, L. (2013). Derechos Legales y Derechos Morales. Recuperado de <http://filosofiavegana.blogspot.com/2013/02/derechos-legales-y-derechos-morales.html>

Valle, L. (19, agosto, 2013). Queso Roquefort. Historia, elaboración y características [Una visión sobre uno de los quesos más afanados del mundo y el primero en obtener protección en el siglo XV.]. Recuperado de <http://www.dendecaguelu.com/2013/08/queso-roquefort-historia-elaboracion-y.html>

Vargas, L. (2010). El candado y la llave: Ideología y realidad de la propiedad intelectual. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Apéndices

Apéndice A: Cuestionario para la Asociación de Productores Agropecuarios de la zona de Santa Cruz de Turrialba (ASOPROA) - queso turrialba

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS (UIA)
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

Nombre del entrevistado: _____.

Oficio: _____.

Fecha de la entrevista: _____ del 2017.

Hora de la entrevista: 00:00:00.__.m.

Cuestionario

Estimado (a), mi nombre es Gabriel Quirós Arias y actualmente me encuentro desarrollando el Seminario de Graduación para optar por el grado de Bachillerato. El presente cuestionario tiene como objetivo examinar el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba; por lo que le agradezco de antemano el tiempo destinado a la respuesta de cada una de las interrogantes detalladas más adelante. Tome en cuenta que sus respuestas serán de carácter confidencial y no se utilizarán para realizar algún tipo de generalización o confrontación alusiva al tema. El desarrollo de la encuesta le tomará veinticinco minutos, aproximadamente.

Instrucciones: por favor conteste de manera amplia y honesta las preguntas que se le detallan a continuación:

- Según su experiencia como administrador del proyecto, ¿cuáles son los factores positivos que permiten que una empresa aproveche la denominación de origen?
- Según su experiencia como administrador del proyecto, ¿cuáles son los factores negativos que impiden que una empresa aproveche la denominación de origen?

- Según su conocimiento, ¿qué tipo de capacitaciones se dieron a los productores de la zona de Turrialba, para el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba?
- ¿Considera usted que los productores de queso adheridos a la denominación de origen del queso turrialba han hecho uso de este sello de origen? Si no han hecho uso de este, ¿cuáles considera usted que sean los motivos por lo que no se ha hecho uso de este?
- ¿Considera usted que los productores de queso adheridos a la denominación de origen del queso turrialba han preferido volver a sus prácticas antiguas de fabricación, distribución y venta, en vez de hacer uso de este sello de origen?
- Según su conocimiento como administrador del proyecto, ¿cuáles son los beneficios de implementar la denominación de origen?
- Según su experiencia, ¿qué tienen que hacer las empresas para obtener los beneficios de la denominación de origen?
- Según su opinión, ¿considera usted que los productores del queso turrialba adheridos a la denominación de origen, han recibido grandes beneficios?
- ¿Cuál considera usted, como administrador de este proyecto, que es la razón por la que los productores del queso turrialba adheridos a la denominación de origen; no han recibido grandes beneficios?

¡Muchas gracias!

- **Fin del cuestionario** -

Apéndice B: Cuestionario para el Consejo Regulador de la denominación de origen del queso turrialba

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS (UIA)
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL**

Nombre del entrevistado: _____.

Oficio: _____.

Fecha de la entrevista: _____ del 2017.

Hora de la entrevista: 00:00:00.__.m.

Cuestionario

Estimado (a), mi nombre es Gabriel Quirós Arias y actualmente me encuentro desarrollando el Seminario de Graduación para optar por el grado de Bachillerato. El presente cuestionario tiene como objetivo examinar el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba; por lo que le agradezco de antemano el tiempo destinado a la respuesta de cada una de las interrogantes detalladas más adelante. Tome en cuenta que sus respuestas serán de carácter confidencial, y no se utilizarán para realizar algún tipo de generalización o confrontación alusiva al tema. El desarrollo de la encuesta le tomará veinticinco minutos aproximadamente.

Instrucciones: por favor conteste de manera amplia y honesta las preguntas que se le detallan a continuación:

- Según su experiencia como regulador del proyecto, ¿cuáles son los factores positivos que permiten que una empresa aproveche la denominación de origen?
- Según su experiencia como regulador del proyecto, ¿cuáles son los factores negativos que impiden que una empresa aproveche la denominación de origen?

- Según su conocimiento, ¿qué tipo de capacitaciones se dieron a los productores de la zona de Turrialba, para el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba?
- ¿Considera usted que los productores de queso adheridos a la denominación de origen del queso turrialba, han hecho uso de este sello de origen?
- ¿Considera usted que los productores de queso adheridos a la denominación de origen del queso turrialba, han preferido volver a sus prácticas antiguas de fabricación, distribución y venta; en vez de hacer uso de este sello de origen?
- Según su conocimiento como regulador del proyecto, ¿cuáles son los beneficios de implementar la denominación de origen?
- Según su experiencia, ¿qué tienen que hacer las empresas para obtener los beneficios de la denominación de origen?
- Según su opinión, ¿considera usted que los productores del queso turrialba adheridos a la denominación de origen, han recibido grandes beneficios?
- ¿Cuál considera usted, como regulador de este proyecto, qué es la razón por la que los productores del queso turrialba adheridos a la denominación de origen; no han recibido grandes beneficios?

¡Muchas gracias!

- **Fin del cuestionario** -

Apéndice C: Cuestionario para los productores del queso turrialba

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS (UIA)
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

Nombre del entrevistado: _____.

Oficio: _____.

Fecha de la entrevista: _____ del 2017.

Hora de la entrevista: 00:00:00.__.m.

Cuestionario

Estimado (a), mi nombre es Gabriel Quirós Arias y actualmente me encuentro desarrollando el Seminario de Graduación para optar por el grado de Bachillerato. El presente cuestionario tiene como objetivo examinar el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba; por lo que le agradezco de antemano el tiempo destinado a la respuesta de cada una de las interrogantes detalladas más adelante. Tome en cuenta que sus respuestas serán de carácter confidencial, y no se utilizarán para realizar algún tipo de generalización o confrontación alusiva al tema. El desarrollo de la encuesta le tomará veinticinco minutos aproximadamente.

Instrucciones: por favor conteste de manera amplia y honesta las preguntas que se le detallan a continuación:

- Según su experiencia como productor, ¿cuáles son los factores positivos que han influido en el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba?

- Según su experiencia como productor, ¿cuáles son los factores negativos que han impedido el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba?

- Según su conocimiento, ¿qué tipo de capacitaciones recibieron ustedes, los productores de la zona de Turrialba, para el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba?
- ¿Considera usted que los productores de queso adheridos a la denominación de origen del queso turrialba, han hecho uso de este sello de origen?
- ¿Cree usted que los productores de queso adheridos a la denominación de origen del queso turrialba, han preferido volver a las prácticas antiguas de fabricación, distribución y venta; en vez de hacer uso del sello de origen?
- Según su conocimiento como productor, ¿cuáles son los beneficios de implementar la denominación de origen del queso turrialba en las empresas productoras?
- Según su experiencia, ¿qué tienen que hacer ustedes como empresas productoras del queso turrialba, para obtener los beneficios de la denominación de origen?
- Según su opinión, ¿cuáles han sido los beneficios que han obtenido con la implementación de la denominación de origen?
- ¿Cuál considera usted, como productor, que es la razón por la que no han recibido los beneficios de una denominación de origen?

¡Muchas gracias!

- **Fin del cuestionario** -

Apéndice D: Cuestionario para el Registro de la Propiedad Industrial (RPI)

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS (UIA)
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

Nombre del entrevistado: _____.

Oficio: _____.

Fecha de la entrevista: _____ del 2017.

Hora de la entrevista: 00:00:00.__.m.

Cuestionario

Estimado (a), mi nombre es Gabriel Quirós Arias y actualmente me encuentro desarrollando el Seminario de Graduación para optar por el grado de Bachillerato. El presente cuestionario tiene como objetivo examinar el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba; por lo que le agradezco de antemano el tiempo destinado a la respuesta de cada una de las interrogantes detalladas más adelante. Tome en cuenta que sus respuestas serán de carácter confidencial, y no se utilizarán para realizar algún tipo de generalización o confrontación alusiva al tema. El desarrollo de la encuesta le tomará veinticinco minutos aproximadamente.

Instrucciones: por favor conteste de manera amplia y honesta las preguntas que se le detallan a continuación:

- Según su experiencia como entidad estatal, ¿cuáles son los factores positivos que intervienen en un proceso de registro, para que una empresa se certifique con el sello de la denominación de origen de forma exitosa?

- Según su opinión, ¿cuáles son los factores positivos que intervienen en el aprovechamiento de la denominación de origen, por parte de las empresas?

- Según su experiencia como entidad estatal, ¿cuáles son los factores negativos que impiden que en un proceso de registro, una empresa se certifique con el sello de la denominación de origen de forma exitosa?
- Según su opinión, ¿cuáles son los factores negativos que impiden el aprovechamiento de la denominación de origen, por parte de las empresas?
- Según su conocimiento, ¿qué tipo de capacitaciones se dieron a los productores de la zona de Turrialba, para el aprovechamiento de la denominación de origen del queso turrialba?
- ¿Considera usted que los productores de queso adheridos a la denominación de origen del queso turrialba, han hecho uso de este sello de origen?
- ¿Considera usted que los productores de queso adheridos a la denominación de origen del queso turrialba, han preferido volver a sus prácticas antiguas de fabricación, distribución y venta; en vez de hacer uso de este sello de origen?
- Según su conocimiento como entidad estatal, ¿cuáles son los beneficios de implementar la denominación de origen en las empresas?
- Según su experiencia, ¿qué tienen que hacer las empresas para obtener los beneficios de la denominación de origen?
- ¿Considera usted que los productores del queso turrialba adheridos a la denominación de origen, han recibido grandes beneficios?
- ¿Cuál considera usted, como entidad estatal, qué es la razón por la que los productores del queso turrialba adheridos a la denominación de origen; no han recibido grandes beneficios?

¡Muchas gracias!

- **Fin del cuestionario** -