

CORPORATIVO

Rogelio Varela

IMPI mejorará denominaciones de origen

A partir de lo que se ha logrado con bebidas como el tequila, México mejorará sus denominaciones de origen.



Jorge Amigo.



Juan Beckman.



Gerardo Ruiz.

Hace unos días, con motivo del XV Aniversario del Consejo Regulador del Tequila (CRT) en Guadalajara, algunos funcionarios y empresarios decidieron dar luz verde a un estudio para determinar cuál es el alcance y qué mejoras podrían darse a las denominaciones de origen.

La iniciativa fue planteada por Jorge Amigo, director general del Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI), en una cena a la que asistieron el secretario de Economía, Gerardo Ruiz Mateos y la plana mayor del sector tequilero, encabezada por Miguel Ángel Domínguez y por Juan Casados Arregoitia, presidente de la Cámara Nacional de la Industria del Tequila.

Y bueno, la reunión permitió además hacer un reconocimiento al propio Amigo, así como a Juan Beckman, el presidente de Grupo Cuervo, por la proyección internacional que ha ganado el tequila y que ha permitido abrir mercados a otras bebidas como el mezcal, pero apenas es el principio.

Le puedo decir que la propuesta de Amigo fue aceptada casi por aclamación por los industriales tequileros, al grado que manifestaron su interés de financiar por sí solos el estudio en cuestión, aunque al final se aceptó que sea un proyecto colegiado que involucre a otras industrias y, por supuesto, a otras instancias del gobierno federal.

La intención es que a partir de los resultados del estudio se pueda proponer a los legisladores una Ley de Indicadores Geográficos y Denominaciones de Origen.

Y es que para muchos industriales y expertos en el tema de la competitividad, una vertiente para diseñar una política industrial de la que por años ha carecido México, es garantizar la calidad de muchos de sus productos tradicionales, lo que permitiría, por un lado, capitalizar los acuerdos comerciales suscritos en los últimos años, pero también ofrecer mejores garantías al consumidor local.

Como sabe, una denominación de origen es un tipo de indicación geográfica aplicada a un producto cuya calidad y características se deben fundamentalmente al lugar donde se producen, y que de paso permiten su protección legal.

Los productores que aceptan una denominación de origen se comprometen a mantener la calidad lo más alta posible, así como a mantener ciertos usos tradicionales en sus procesos de elaboración, y en este caso la idea es replicar lo que ha hecho la Unión Europea, que cuenta a la fecha con más de tres mil productos con denominación de origen, de tal manera que nadie aceptaría *champagne* australiano o bien un coñac japonés.



Fecha 23.11.2009	Sección Negocios	Página 28
----------------------------	----------------------------	---------------------

Con esto además de alimentos podría beneficiarse sobre todo mucha de nuestra producción artesanal, haciendo a un lado la operación de marcas compartidas, y que darían mayores garantías a los productores de barro negro en Coyotepec, Oaxaca, o bien las guitarras elaboradas en Paracho, Michoacán.

Como le digo, la intención es dar un paso definitivo hacia una política industrial que permitirá atraer nuevas inversiones, ya que se ha visto en otras latitudes que la existencia de una denominación de origen fomenta la organización de los productores eliminando una

competencia desleal y además permite ampliar mercados en el exterior.

Otro aspecto fundamental es que se podría mejorar la Ley de Propiedad Industrial al incorporar conceptos como indicaciones de procedencia que apoyarían la incursión de productos mexicanos en otros mercados, en este caso hablamos de alimentos como la tortilla de maíz y la miel de abeja, o incluso el chile habanero.

En fin, la idea es ampliar la importancia y el respeto a una denominación de origen donde incluso industrias como el tequila podrían beneficiarse y apoyar su expansión en los mercados internacionales.

La ruta del dinero...

Foco en grado de inversión

Aunque se da por un hecho que México no perderá el grado de inversión, el foco de atención de los inversionistas esta semana estará en las opiniones que viertan las agencias calificadoras Standard & Poor's y Fitch Ratings. Como es público, la semana pasada estubo en Nueva York el secretario de Hacienda, **Agustín Carstens**, con lo más granado de Wall Street para explicar los alcances reales de una recuperación de la economía azteca en 2010, pero también para ver qué tan factible sería pensar en una reforma fiscal de largo aliento que ha venido posponiendo el país por décadas, y que cada vez resulta más necesaria para garantizar la estabilidad de la economía.

IPADE con Carstens

Para **Sergio Raimond-Kedilhan**, uno de los más serios aspirantes a suceder a **Guillermo Ortiz Martínez** al frente del Banco de México es el actual secretario de Hacienda, **Agustín Carstens**. Para el académico sería una elección atinada de **Felipe Calderón**, dado que conoce las entrañas de las últimas decisiones de política económica y permitiría cierta consonancia con lo que se podría hacer desde el banco central para alentar la economía. Por lo pronto, Raimond-Kedilhac es de la idea de que Banco de México utilice los instrumentos a su alcance para mantener una moneda subvaluada, como ha sido el caso de China, y evitar un mayor deterioro de nuestras exportaciones a Estados Unidos.

Industriales se ampararán

En estos momentos la relación entre el gobierno federal y el sector privado no es la mejor, y desde la cúpula empresarial se insiste en que la Secretaría de Economía dé marcha atrás a la liberación de cuatro mil fracciones arancelarias a partir de la primera campanada del año nuevo. Le adelantó que las principales empresas de los sectores siderúrgico, textil, vestido, así como los productores de aceites y lubricantes, tienen listos sendos amparos en caso de que la dependencia, al mando de **Gerardo Ruiz Mateos**, insista en una apertura sin ton ni son de la economía. El argumento es que se verían favorecidas naciones con las que no tenemos acuerdos comerciales que inundarían nuestro mercado con productos baratos.

Viñetas: Ezquerro

rvarela@elfinanciero.com.mx