

Denominación de origen protegida e indicaciones geográficas: impacto empresarial en mercados foráneos*

María Isabel Guerrero Molina^a

Recibido: 28/04/2025 **Aceptado:** 06/04/2026

Cómo citar: Guerrero Molina, M. I. (2026). Denominación de origen protegida e indicaciones geográficas: impacto empresarial en mercados foráneos. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 34(1), 7917. <https://doi.org/10.18359/rfce.7917>

Resumen: En el escenario global, las denominaciones de origen protegido (DOP) y las indicaciones geográficas protegidas (IGP) se consideran activos estratégicos que les permiten a las organizaciones diferenciar sus productos en mercados extranjeros. El objetivo de la investigación fue identificar los beneficios que obtienen las empresas con este tipo de certificaciones con respecto a sus procesos de internacionalización, sustentado desde la teoría institucional, que permite la adopción de certificaciones como una búsqueda de legitimidad y competitividad. Se implementó la metodología cualitativo-descriptiva, con el método MicMac y el análisis estructural de veintidós variables estratégicas examinadas mediante matrices de influencia, grado de favorabilidad y morfológica, complementadas con un proceso de validación con doce expertos del sector agroindustrial entre el 2023 y el 2024. Los resultados permiten identificar que, a corto plazo, variables como autenticidad del producto, exportaciones, producción, importaciones, protección del consumidor y competencia son las que más impactan al sector. Se presentan tres escenarios prospectivos posibles (pesimista, tendencial y optimista) derivados de la visión de los expertos consultados. Se concluye que las certificaciones DOP e IGP constituyen un factor estratégico clave en la diferenciación y el posicionamiento competitivo, sin embargo, se requiere una transformación profunda en las capacidades productivas, tecnológicas y logísticas de las empresas latinoamericanas, para garantizar sostenibilidad en mercados extranjeros.

Palabras clave: consumidor, denominación de origen protegida, imagen de la marca, indicación geográfica, propiedad intelectual, protección del consumidor.

Clasificación jel: D18, D24, F10, M2.

-
- * Artículo de investigación financiado por la Universidad Católica Luis Amigó, en la convocatoria interna Radicado Resolución 02 del Comité de Investigaciones del 20 de noviembre del 2023, proyecto de investigación "Identificación de los beneficios de la denominación de origen protegida en Colombia para las empresas en proceso de internacionalización".
 - ^a Doctora en Administración Gerencial por la Universidad Benito Juárez García, Puebla City (Zaragoza, México). Docente-investigadora, Universidad Católica Luis Amigó (Medellín, Colombia). Correo electrónico: maria.guerreroool@amigo.edu.co; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8792-0832>

Protected Designation of Origin and Geographical Indications: Business Impact on Foreign Markets

Abstract: In the global scenario, Protected Designations of Origin (PDO) and Protected Geographical Indications (PGI) are considered strategic assets that enable organizations to differentiate their products in foreign markets. The objective of this research is to identify the benefits that companies obtain from these certifications regarding their internationalization processes, supported by institutional theory, which explains the adoption of certifications as a search for legitimacy and competitiveness. A qualitative-descriptive methodology was implemented using the MicMac method and the structural analysis of twenty-two strategic variables examined through influence, favorability, and morphological matrices, complemented by a validation process with twelve experts from the agro-industrial sector between 2023 and 2024. The results identify that, in the short term, variables such as product authenticity, exports, production, imports, consumer protection, and competition have the greatest impact on the sector. Three possible prospective scenarios (pessimistic, trend-based, and optimistic) derived from the perspectives of the consulted experts are presented. It is concluded that PDO and PGI certifications constitute a key strategic factor in differentiation and competitive positioning; however, a profound transformation in the productive, technological, and logistical capacities of Latin American companies is required to ensure sustainability in foreign markets.

Keywords: consumer; protected designation of origin; brand image; geographical indication; intellectual property; consumer protection.

Denominação de origem protegida e indicações geográficas: impacto empresarial em mercados estrangeiros

Resumo: No cenário global, as denominações de origem protegida (DOP) e as indicações geográficas protegidas (IGP) são consideradas ativos estratégicos que permitem às organizações diferenciar seus produtos em mercados estrangeiros. O objetivo da pesquisa é identificar os benefícios que as empresas obtêm com esse tipo de certificação em relação aos seus processos de internacionalização, fundamentando-se na teoria institucional, que explica a adoção de certificações como uma busca por legitimidade e competitividade. Foi implementada uma metodologia qualitativo-descritiva, utilizando o método MicMac e a análise estrutural de vinte e duas variáveis estratégicas examinadas por meio de matrizes de influência, grau de favorabilidade e morfológica, complementadas por um processo de validação com doze especialistas do setor agroindustrial entre 2023 e 2024. Os resultados permitem identificar que, no curto prazo, variáveis como autenticidade do produto, exportações, produção, importações, proteção do consumidor e concorrência são as que mais impactam o setor. São apresentados três cenários prospectivos possíveis (pessimista, tendencial e otimista), derivados da visão dos especialistas consultados. Conclui-se que as certificações DOP e IGP constituem um fator estratégico-chave na diferenciação e no posicionamento competitivo; entretanto, é necessária uma transformação profunda nas capacidades produtivas, tecnológicas e logísticas das empresas latino-americanas para garantir sustentabilidade nos mercados estrangeiros.

Palavras-chave: consumidor; denominação de origem protegida; imagem da marca; indicação geográfica; propriedade intelectual; proteção do consumidor.

Introducción

La internacionalización de las empresas es un tema administrativo que los gerentes analizan para lograr acceder a nuevos mercados (Maioui & Gassemi, 2021). Las tendencias, así como los métodos y procesos de apertura de mercados, permiten a los gerentes obtener una visión holística del mercado foráneo que se desea conquistar. Para ello, las empresas buscan otras alternativas para ser más competitivas en el mercado, como son las certificaciones por denominaciones de origen protegido (DOP) y las indicaciones geográficas protegidas (IGP); esto significa que al tener una certificación un producto en DOP, este tiende a tener niveles de rentabilidad más altos que en aquellas que han optado por permanecer fuera (Serrano et al., 2023).

Por otra parte, las organizaciones planean su proceso de crecimiento en el tiempo. Una de las metas es lograr la internacionalización, resultado del diseño, la planeación y la ejecución de estrategias que permiten desplazar sus operaciones en mercados extranjeros, adaptando toda su capacidad logística y comercial en un entorno competitivo (Maioui & Gassemi, 2021). Los gerentes de las organizaciones deben analizar los diversos factores administrativos que les permiten facilitar este tipo de procesos considerando tendencias, métodos y tácticas que proporcionen una comprensión total del mercado al cual van a llegar con sus productos, que han sido elegidos para abrir nuevos mercados. Por supuesto, este tipo de visión empresarial es esencial para identificar las variadas oportunidades que se puedan presentar en los diferentes entornos competitivos (Kaynak, 2014).

En la búsqueda de conquistar nuevos mercados, las organizaciones analizan las ventajas competitivas que puedan cumplir como beneficio adicional, con el fin de diferenciarse en este contexto, pues algunos son muy especializados. La obtención de certificaciones brinda autenticidad y calidad a los productos, además de contribuir en la consolidación y el mejoramiento del posicionamiento de la marca en el nuevo mercado. Al respecto, Cardoso et al. (2022) afirman que las certificaciones DOP e IGP, por sus características, pueden incluirse como elemento diferencial (Toma et al., 2022).

La DOP es una certificación que garantiza que los productos cumplen con una normativa estricta en sus procesos de producción, incluyendo el origen de una región geográfica específica además de características únicas derivadas ya sea de su entorno natural o cultural. Esta certificación, según Moreno Gené et al. (2024), genera un valor adicional traducido en una mayor rentabilidad para las empresas, lo que se evidencia con indicadores de desempeño financiero como el margen de utilidad neta y el retorno sobre los activos, es decir, el respaldo de la certificación de origen en la absorción de costos de producción. Asimismo, esto asegura al consumidor final una superioridad en la calidad de los productos adquiridos, permitiendo el acceso de estos a mercados especializados donde los clientes están dispuestos a pagar un precio mayor por la garantía de autenticidad (Marchiaro Tendero, 2024).

Ahora bien, los procesos de certificación DOP e IGP y otras figuras similares son fundamentales en los sectores agrícolas, alimentarios, industriales y artesanales (Manquillo Astaíza, 2019). Estos mecanismos buscan no solo garantizar la calidad y la autenticidad de los productos según su lugar de origen y el tipo de producción, sino también agregar un valor económico significativo a dichos productos; como se señala en la literatura, estas certificaciones actúan como herramientas de diferenciación en mercados altamente competitivos permitiendo a los productos certificados posicionarse mejor en términos de calidad percibida y confianza del consumidor (Superintendencia de Industria y Comercio [sic], 2017a).

La investigación tiene por objetivo identificar los beneficios obtenidos con las certificaciones DOP o IGP con respecto a los procesos de internacionalización que implica. Para ello, se abordó la pregunta de investigación orientada en la siguiente premisa: si la obtención de una certificación DOP o IGP es considerada como una herramienta eficaz de diferenciación en mercados foráneos, ¿cuáles son los factores que limitan la adopción de certificaciones de origen en las organizaciones en América Latina y, por tanto, por qué no todos los productos pueden ser candidatos para obtener este tipo de respaldo? Con esto se busca comprender las razones

subyacentes en las regiones latinoamericanas donde su adopción no ha sido uniforme, teniendo en cuenta el aporte desde el ámbito administrativo, en términos de autenticidad, calidad y ventaja competitiva, planteado desde las barreras y los desafíos específicos que enfrentan los productores americanos como las limitaciones económicas, la falta de infraestructura o el desconocimiento de los beneficios de este tipo de certificaciones.

Como metodología se empleó la Matriz de Impactos Cruzados Multiplicación Aplicada a una Clasificación (MicMac) y, para el análisis estructural, se tuvieron en cuenta veintidós variables que fueron implementadas en matrices de influencia de grado de favorabilidad y de morfología para, posteriormente, llevar a cabo una validación con doce expertos por medio de entrevistas semiestructuradas.

En la sección “Marco teórico”, como fundamentación conceptual, se presenta el estado actual de las certificaciones en América Latina y se establecen las bases para comprender el contexto de la investigación y los conceptos clave a tratar; a continuación, en la sección “Metodología” se detalla el método empleado en la búsqueda y la selección de datos incluyendo los criterios y procedimientos utilizados. Posteriormente se exponen los resultados a través de las matrices de influencia de grado de favorabilidad de dependencia morfológica y la validación con expertos, las cuales ayudan a exponer las veintidós variables analizadas y se realiza una interpretación cuantitativa; finalmente se presentan las conclusiones y tendencias emergentes que podrán ser aporte para futuras investigaciones.

Marco teórico

El eje teórico de la investigación es la teoría institucional (TI). Incluir certificaciones de origen por parte de las organizaciones va más allá de la gestión técnica que esto representa en la eficiencia del proceso; la TI planteada por autores como DiMaggio y Powell (1983) considera que la estructura de estas puede derivarse de los marcos legales estatales. Desde esta perspectiva, las organizaciones adoptan la DOP y la IGP como normas de exportación que actúan como un instrumento de

competitividad e identidad para las empresas ayudando en la reducción de la incertidumbre en los procesos de internacionalización, la legitimidad institucional y la rentabilidad de la operación. Este proceso en América Latina puede ser tomado bajo buenas prácticas como imitación de modelos aplicados en Europa bajo las estrategias del isomorfismo mimético, o desde una postura coercitiva, es decir, bajo las presiones regulatorias del Estado y los tratados comerciales vinculados.

En los procesos administrativos en las organizaciones se contempla la obtención de diferentes certificaciones, entre ellas la DOP y la IGP, precisamente por la gestión de la calidad y la diferenciación que estas pueden brindar en los mercados globales. Sin embargo, las teorías y los enfoques relacionados con la obtención de diferentes certificaciones han evolucionado a lo largo del tiempo, revelando diversas limitaciones y retos que las organizaciones deben cumplir previamente en diferentes ámbitos como el económico, el financiero, la evaluación de infraestructura, la capacidad de respuesta ante las adversidades y el conocimiento de los gerentes a la hora de aplicar efectivamente y darle validez a este tipo de certificaciones.

En una perspectiva científica se analiza el estudio de las certificaciones bajo la TI (Ynalvez & Shrum, 2001; Vargas-Hernández, 2008; Greve & Argote, 2015), que es una corriente en la que las organizaciones actúan desde la racionalidad técnica e influyen su operación desde el entorno institucional; en este sentido, la adopción de las DOP y las IGP permite obtener la legitimidad desde el grupo de interés. En respuesta a estos desafíos se ha acudido a conceptos que analizan la implementación y el posible impacto de la DOP y la IGP en Europa y en América Latina, considerando las particularidades de cada región y de su contexto específico de producción de diferentes bienes y servicios.

Investigaciones previas, abordadas en la revisión de la literatura, se examinó el impacto de las certificaciones DOP e IGP desde diferentes puntos de vista. Belletti et al. (2017) y van Caenegem y Cleary (2017) concuerdan en que las IGP son herramientas de desarrollo territorial y diferenciación competitiva; sin embargo, la literatura académica

se centra especialmente en estudios efectuados en la Unión Europea, dejando un vacío de conocimiento con respecto a las barreras y limitaciones que enfrentan las organizaciones en otras regiones, como América Latina. Aun así, los estudios existentes (Moreno Gené et al., 2024) confirman un potencial en los productos de esta región asociado a las capacidades logísticas, el sello de origen y, para esta investigación, los beneficios estratégicos percibidos por los expertos permiten mitigar las limitaciones que se puedan encontrar en la proyección internacional de las organizaciones con este tipo de certificaciones.

Contexto normativo internacional y regional

Los productos con certificaciones DOP y de IGP cuentan con un respaldo institucional, el cual se articula a través de marcos legales, de acuerdo con la región. A continuación, se presenta el contexto normativo para Europa y América Latina.

Europa

Las certificaciones DOP e IGP se originaron en Europa por la necesidad de los diferentes empresarios de proteger la calidad de sus propios productos, los cuales eran falsificados y copiados, afectando su promoción, comercialización y derechos de autor.

En Francia e Italia, a finales del siglo XIX, en las zonas vinícolas más prestigiosas circularon imitaciones de este licor; en consecuencia, los productores buscaron cómo proteger su producción, y es ahí donde nace la idea de protección ante las diversas copias y malos usos que puedan surgir. Estas dos naciones producen juntas más de la mitad de los vinos clasificados bajo la etiqueta DOP (Candiago et al., 2024). En el caso de los vinos predominan las propiedades del suelo y la calidad de la uva, elementos distintivos que aprecia el consumidor final

(Palma-López et al., 2024; Martínez-Salvador & Flores-Pacheco, 2022).

La cultura europea está basada en el consumo de productos alimenticios tradicionales; si bien la calidad está implícita, el consumidor busca la seguridad y la salubridad en este tipo de productos (Guerrero et al., 2009).

La IGP, en particular, desempeña un papel crucial en la formalización de acuerdos comerciales, siendo este un elemento estratégico para asegurar la trazabilidad y la autenticidad de los productos involucrados en dichos acuerdos (Duvaleix et al., 2021). Esto es especialmente relevante en un contexto de globalización, donde las alianzas estratégicas y colaboraciones son esenciales para mejorar la eficiencia y reducir costos en las organizaciones que adoptan estas certificaciones (Colamartino et al., 2023).

La Comisión Europea (s.f.) indica que la materia prima utilizada y todo el proceso de producción del DOP debe ser de la región de origen, mientras que para obtener el IGP se necesita cumplir un solo proceso de producción, transformación o elaboración. Por ejemplo, en el sector vinícola, existen 1648 registros DOP; a lo largo del 2024 se realizaron 7 registros, mientras que en el año anterior fueron 13 (*eAmbrosia*, 2024).

La importancia de estas certificaciones en la Unión Europea se refleja en la existencia de 3626 registros de calidad reconocidos: vinos (1648), productos agrícolas y alimenticios (1714) y bebidas (264), distribuidos entre las tres figuras principales: DOP, IGP y especialidades tradicionales garantizadas (ETG) (Comisión Europea, 2024). En la tabla 1 se presentan los tipos de certificaciones, que no solo protegen los productos de posibles imitaciones, sino que también fomentan la sostenibilidad económica y cultural de las regiones productoras, contribuyendo al desarrollo rural y al mantenimiento de las tradiciones locales.

Tabla 1. Definición de los tipos de denominaciones existentes

Tipo	Denominación de origen protegida (DOP)	Indicación geográfica protegida (IGP)	Especialidades tradicionales garantizadas (ETG)
Logotipo			
Definición	Certificación de origen europeo, avalado en América	Certificación de origen europeo, avalado en América	Mención europea
Características	Medio geográfico	Alguno de los factores debe coincidir con el medio geográfico	Productos con rasgos diferenciadores de otros dentro de la misma categoría
Factores	Naturales y humanos		
Producción	Zona geográfica delimitada	Zona geográfica	Proceso y receta tradicional
Transformación del producto	Zona geográfica delimitada	Zona geográfica	Proceso tradicional
Elaboración del producto	Zona geográfica delimitada	Zona geográfica	Materias primas tradicionales
Derecho de propiedad intelectual	Sí	Sí	No
Productos	Productos agrícolas destinados a la alimentación humana		
	Productos agrícolas y alimenticios		

Fuente: elaboración propia.

La certificación DOP permite la preservación de la calidad y la autenticidad de los productos. Un ejemplo es la gastronomía española que, con productos como el vino, el aceite de oliva, el queso y el jamón, entre otros, es un deleite al paladar, precisamente por la garantía que las certificaciones brindan, al confirmar que son productos avalados en todo su proceso de producción.

Estas certificaciones no solo garantizan que los productos cumplen con rigurosas normas de producción; también aseguran que su origen se encuentra en regiones específicas cuya reputación está intrínsecamente ligada a las características distintivas de estos alimentos. Según del Arco (2023), productos como el “jamón de jabugo” y el “aceite de oliva virgen extra de Baena” han alcanzado reconocimiento mundial precisamente

debido a la protección que la DOP ofrece. Esta certificación resguarda a los productores de imitaciones y fraudes, garantizando a los consumidores la adquisición de productos genuinos y de alta calidad (Vichi et al., 2019).

Los beneficios de la DOP se extienden más allá de la protección de los productores y la garantía de calidad para los consumidores. Estudios recientes indican una correlación positiva entre las DOP y los indicadores de sostenibilidad, lo que sugiere que estas certificaciones también promueven prácticas responsables desde el punto de vista ambiental y social (Flinzberger et al., 2024).

América

La Organización Mundial del Comercio (OMC) supervisa, desde 1995, el Acuerdo sobre los

Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), que protege una amplia gama de derechos de propiedad intelectual, incluyendo derechos de autor, marcas, indicaciones geográficas y patentes, entre otros (WIPO, 2021). En virtud de este acuerdo las naciones miembros de la OMC deben cumplir con las normativas y legislaciones internacionales en materia de propiedad intelectual; algunas han adaptado sus legislaciones nacionales para alinearse con los principios del libre comercio y las particularidades del contexto de la propiedad intelectual en cada país (Bragado Herrero de Egaña, 2023).

En paralelo, la Comisión de la Comunidad Andina (CCA), compuesta por el Estado Plurinacional de Bolivia y las repúblicas de Colombia, Ecuador y Perú, tiene la facultad de formular políticas de integración regional que faciliten el comercio y las inversiones entre sus Estados miembros. En el ámbito de la propiedad industrial (CCA, 2021) se ha implementado políticas como la Circular Única y la Resolución 57530 del 2012, las cuales establecen directrices y procedimientos comunes para la gestión de la propiedad industrial en la región Andina (Resolución 57530 del 2012).

En México la protección de la propiedad intelectual está orientada a la acumulación de capital; es decir, las certificaciones se adaptan a las demandas del mercado internacional. Es por ello por lo que la DOP permite la vinculación a diferentes esquemas políticos y jurídicos respaldados por el Estado mexicano que legitiman la producción artesanal de los diferentes procesos productivos, incluyendo todos aquellos que son industrializados y frecuentemente se excluyen a los pequeños productores artesanales (Salinas García et al., 2023). El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) orienta y capacita a los empresarios en la capitalización de los beneficios que la producción intelectual pueda otorgar a través de las certificaciones DOP e IGP; de esta manera se facilita la inserción de diferentes productos en los mercados internacionales respaldados por la calidad que brinda este tipo de certificación en el país.

Por otra parte, la certificación DOP en Colombia se regula como un derecho colectivo. El Estado,

junto con la SIC, otorga la representación de los diferentes productos a empresas privadas y públicas que garantizan los beneficios y la calidad asociada a través de este tipo de autenticación; para el 2025 se cuenta con veintisiete denominaciones entre marcas de café, frutas, bizcochos, quesos, flores y artesanías. Este enfoque busca proteger tanto los derechos de los productores como la autenticidad de los productos colombianos en el mercado global (SIC, 2017b).

En Brasil, el Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) es el órgano de Gobierno que avalla las certificaciones DOP e IGP. Con el fin de darle exclusividad a las marcas registradas en esta nación, las certificaciones se otorgan a asociaciones, gremios o entidades que puedan ser sustitutos procesales (Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, 2025). El país cuenta con 68 IGP y 20 DOP, distribuidas entre quesos, vinos, carnes, frutos, marcas de café, rocas y piedras ornamentales (Pivetta, 2021).

Por su parte, en Argentina los registros DOP y las IGP son consideradas como herramientas de diferenciación de valor de la calidad de un producto; estas deben estar asociadas a los recursos naturales y a las técnicas o prácticas de producción implementadas en su producción. El Ministerio de Economía es el encargado de regular estas certificaciones según la Ley 25.966, para productos agrícolas y alimentarios (Instituto Nacional de la Propiedad Industrial [INPI], 2020).

Distinciones gráficas

En la Unión Europea es requisito para productos alimenticios que cuentan con DOP e IGP incluir el logotipo como constancia de la calidad (Goudis & Skuras, 2020) (véase tabla 1). Solo el conocimiento y la experiencia pueden ayudar a los consumidores a tomar decisiones coherentes y conscientes, las cuales en el transcurso del tiempo se han vuelto tradición. Además, las campañas de mercadeo para cada marca que realizan estas empresas permite que los consumidores puedan distinguir los productos e identificar correctamente los atributos de los alimentos (Spognardi et al., 2021), incluyendo la calidad, la autenticidad, las normas técnicas, el país de origen y los procesos de producción

(Likoudis et al., 2016), así como hacer cálculos en los costos de este tipo de productos, dado que son más costosos (Garavaglia & Mariani, 2017).

Por otra parte, la legislación europea protege los productos agrícolas que cuentan con la certificación IGP; gracias a las actitudes de los consumidores hacia la calidad y el deseo de identificación cultural se ha generado una creciente demanda de este tipo productos agrícolas que lleven una clara identificación con una región geográfica particular (Loureiro & McCluskey, 2000).

En Colombia el certificado de origen se valida con el logotipo de Marca País (figura 1), que indica que es un sello con un significado especial respaldado por una calidad diferenciada de las costumbres de producción artesanal de los habitantes de una zona geográfica específica. Además, cuenta con unas características únicas que lo hace diferenciarse entre otros sellos y tiene una vigencia de diez años, la cual puede ser renovada al finalizar el periodo (Procolombia, s. f.).

Figura 1. Marca País



Fuente: ProColombia (s. f.).

Variables del estudio

En la operacionalización internacional se identificaron cuatro categorías y veintidós variables estratégicas reconocidas como determinantes en el estudio de la DOP y la IGP en la apertura de mercados internacionales. Estas variables fueron categorizadas y se presentan en la tabla 2.

Tabla 2. Categorías y variables del estudio

Categoría	Variable estratégica	Autores de referencia (sustento teórico)
Mercado y competencia	Autenticidad, competitividad, posicionamiento, calidad de producto, cultura de consumo, tendencias en el consumo de productos, innovación.	Belletti et al. (2017); van Caenegem y Cleary (2017); Toma et al. (2022); Thornton y Zhao (2025); Yang y Stoian (2025); Franco Crespo et al. (2024).
Operaciones	Producción, calidad, trazabilidad, precio del producto, materia prima.	Vichi et al. (2019); Moreno Gené et al. (2024).
Comercio exterior	Exportaciones, importaciones, barreras no arancelarias, sostenibilidad, mercados internacionales, transporte de producto.	Maioui y Gassemi (2021); Thornton y Zhao (2025).
Protección	Protección del consumidor, propiedad intelectual, imagen de la marca, garantía de origen.	Marchiaro Tendero (2024); Torres Valdés (2023); Maldonado et al. (2018); Chacana-Ojeda et al. (2024).

Fuente: elaboración propia.

Metodología

Para el procesamiento de los registros obtenidos y la determinación de las variables se aplicó el método MicMac (Godet, 2007). Este método es utilizado para identificar y clasificar variables clave en sistemas complejos mediante el estudio de sus interrelaciones, especialmente en términos de poder de influencia y dependencia.

Posteriormente, se realizó un análisis del tamaño relativo de producción, las políticas de expansión, las características de la competencia y las tendencias de consumo en las diferentes categorías seleccionadas. Cada una de las variables fue analizada a la luz de estadísticas y datos cuantitativos que permitieron describir su comportamiento en el mercado, así como su impacto en las organizaciones que cuentan con certificaciones DOP e IGP. Para ello

se utilizó la matriz de análisis estructural, la cual permite identificar las variables críticas mediante su posición con respecto a una zona de impacto en un plano cartesiano. En este plano se encuentran cuatro cuadrantes: conflicto, poder, problemas y salida. El análisis de esta matriz facilitó la identificación de puntos clave que influyen directamente en el desempeño de las organizaciones en los mercados internacionales con respecto a la rentabilidad, la competitividad y la sostenibilidad de la empresa.

Para validar la información se aplicó el instrumento matriz morfológica; en este proceso se realizaron dos reuniones con un grupo de doce expertos seleccionados bajo muestreo no probabilístico por conveniencia, siguiendo criterios de idoneidad y trayectoria profesional.

Con el fin de garantizar la representatividad, la selección de los participantes se basó en la caracterización de las organizaciones participantes. La muestra estuvo integrada por empresas ubicadas en Bogotá y Medellín en Colombia; San Luis de Potosí en México; Ciudad de Panamá en Panamá, y Río de Janeiro en Brasil.

El panel de expertos se conformó de la siguiente manera:

1. Se contó con seis expertos, gerentes de empresas agroindustriales con certificaciones DOP e IGP con una antigüedad de tres años y vigente, con experiencia de más de diez años en exportación y que contaran con mínimo dos operaciones de exportación activas hacia mercados foráneos.
2. Se conformó otro grupo con seis gerentes de empresas industriales que realizan procesos de exportación hace más de cinco años, sin embargo, no cuentan con las certificaciones DOP e IGP.

En cuanto a las organizaciones seleccionadas, estas debían cumplir con tres años de trayectoria en la gestión organizacional que estos gerentes han realizado en sus empresas, con o sin certificación DOP, y en la capacidad de aportar información relevante sobre los procesos administrativos financieros y de producción relacionados con la internacionalización de la compañía.

Las reuniones se llevaron a cabo durante agosto y septiembre del 2024; estas propiciaron un intercambio de conocimientos y perspectivas sobre la efectividad de la certificación en mercados foráneos. El primer encuentro se realizó de manera individual con los gerentes que lograron obtener certificaciones DOP. Se aplicó una entrevista semiestructurada, que permitió recoger información cualitativa directa de los expertos; los participantes proporcionaron datos sobre las buenas prácticas que implementan y ofrecieron sugerencias para el mejoramiento de los procesos de producción y administrativos en el marco de este tipo de certificaciones.

La segunda reunión se hizo con los gerentes cuyas empresas no cuentan con este tipo de certificaciones; allí se discutieron los retos, oportunidades y desafíos percibidos por ese grupo objetivo, y se identificaron las áreas en las que podrían mejorar sus procesos de internacionalización y competitividad por medio de estas certificaciones.

Para la obtención de los datos primarios se diseñó un instrumento de entrevista semiestructurada que guio la realización del encuentro. Este estuvo enmarcado en las cuatro categorías expuestas en la tabla 2:

1. Mercado y competencia: los cuestionamientos se enfocaron en la percepción del valor por parte del cliente extranjero y el acceso que tiene la empresa en los canales de distribución.
2. Operaciones: se orientó hacia los cambios en los procesos de producción que la empresa adoptó para el mejoramiento del control de calidad exigido por la normatividad de las certificaciones.
3. Comercio exterior: se consultó sobre los obstáculos, limitaciones y dificultades asociados a logística, financieros, culturales y administrativos.
4. Protección: se orientó a la motivación de la obtención de la certificación, la protección de la marca y el crecimiento de la organización.

Algunos de los interrogantes orientadores fueron: ¿en qué medida la certificación modificó la percepción de valor de sus clientes en mercados

foráneos y qué nuevos canales de distribución se han habilitado gracias al sello de origen?; ¿cuáles fueron los ajustes técnicos y operativos que la organización tuvo que realizar/implementar para alinear el control de calidad frente a la calidad exigida por las certificaciones?; ¿cuáles han sido las limitaciones y barreras que se han presentado en el proceso de internacionalización y cuáles aún persisten como barreras de entrada?; ¿cómo han influido las certificaciones DOP e IGP en la protección de la propiedad intelectual de la marca y qué impacto han tenido en el crecimiento proyectado de la empresa?

Posteriormente, se estructuró una matriz de influencia y de grado de favorabilidad, mediante la cual es posible identificar y evaluar las variables clave que afectan a estas empresas; esta herramienta administrativa permite determinar el impacto de diferentes factores en el rendimiento organizacional. Además, al realizar el análisis estructural del sistema, se utilizó una matriz relacional que ofrece una visión holística entre las variables analizadas. La matriz fue evaluada posteriormente por tres expertos; el resultado fue una evaluación estructurada y detallada de las principales influencias y dependencias del sistema.

Procedimiento del análisis estructural y construcción de matrices

El estudio tuvo en cuenta aspectos cualitativos y cuantitativos con el fin de efectuar un análisis en dos dimensiones: nivel de influencia y comportamiento de la variable. El nivel de influencia se comprende para esta investigación como la evaluación del impacto de cada variable sobre el negocio. Para ello, se estableció una categorización por medio de letras:

a. Afecta la razón de ser de la organización.

- b. Afecta directamente áreas o procesos de apoyo de la organización.
- c. Incide indirectamente sobre la razón de ser de la organización.
- d. Afecta indirectamente áreas o procesos de apoyo.
- e. No produce ningún efecto relevante en la organización.

En cuanto al comportamiento de las variables, tras determinar el nivel de influencia se evaluó el comportamiento de cada una asignándole una calificación numérica de acuerdo con su favorabilidad:

- 1. Altamente favorable.
- 2. Levemente favorable.
- 3. Neutra.
- 4. Levemente desfavorable.
- 5. Altamente desfavorable.

El nivel de influencia y el grado de favorabilidad de variables se representa en la tabla 3. Las variables identificadas fueron estudiadas desde un enfoque sistémico, que permitió una evaluación de las variables clave que influyen en el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones: calidad de producto, sostenibilidad, competitividad, mercados internacionales, cultura de consumo, imagen de marca, propiedad intelectual, protección del consumidor, precio final del producto, tendencias de consumo, garantía de origen, autenticidad del producto, importaciones y exportaciones, producción, volumen de materia prima, innovación y tecnología, lugar de origen del producto, competencia, infraestructura y maquinaria, nivel de rentabilidad y transporte de producto terminado. Estas variables proporcionan una base sólida para el análisis posterior en términos de impacto estratégico y operativo.

Tabla 3. Nivel de influencia y grado de favorabilidad de las variables

Nivel de influencia	Afecta directamente	Afecta directamente áreas o procesos de apoyo del negocio	Incide indirectamente sobre la razón de ser del negocio	Afecta indirectamente áreas o procesos de apoyo del negocio	No produce efecto
	8	7	5	2	0
Grado de favorabilidad	Altamente favorable para la dinámica del negocio	Levemente favorable	Neutra	Levemente desfavorable	Altamente desfavorable
	15	5	1	1	0

Fuente: elaboración propia.

Las variables con un nivel de influencia alto en el análisis de las certificaciones DOP e IGP, debido a su impacto en la diferenciación de productos en los mercados globales y la protección de los derechos de autor son: calidad del producto, mercados internacionales, competitividad, imagen de la marca, garantía de origen, autenticidad del producto, competencia y lugar de origen del producto.

La calidad del producto es la garantía de que los productos cumplen con estrictas normas de producción, de tal manera que se asegura una calidad consistente y superior a la de los demás productos de la categoría (van Caenegem & Cleary, 2017). Este tipo de variable es fundamental porque los consumidores asocian las certificaciones DOP e IGP con productos de alta calidad, con valor agregado e, incluso, con elementos aspiracionales, lo que se traduce en un mejor nivel de competitividad en el mercado global (Guareschi et al., 2023). Por otra parte, autores como Mora-Córdova et al. (2020) afirman que la competitividad de las empresas que ofrecen productos con dichas certificaciones gozan de una ventaja competitiva en los mercados internacionales, precisamente porque estos registros actúan como un diferenciador que protege a dichos productos de ser imitados y, además, por sus características fomentan la lealtad de los consumidores.

Por su parte, Belletti et al. (2017) consideran que los productos con certificación DOP tienden a captar precios más elevados, respaldados por su reputación de alta calidad. En el ámbito internacional

estas certificaciones facilitan el acceso a nuevos mercados; ofrecen una garantía de autenticidad y origen, la cual es valorada por los consumidores finales que buscan productos de alta calidad y que sean genuinos y, por tanto, actúan como un sello de confianza. A su vez, la imagen de la marca se beneficia y se fortalece en los mercados extranjeros precisamente porque la certificación asegura y refuerza la identidad del producto en relación con su origen geográfico, traducido en una diferenciación en mercados internacionales saturados (Torres Valdés, 2023). De la misma manera, la garantía de origen protege la procedencia geográfica, asegurando la autenticidad del producto; por su parte, los consumidores valoran la trazabilidad de todo el proceso de producción y el respeto por las tradiciones locales, lo que contribuye a que los productos certificados generen confianza y ganen respeto en el mercado (Barham, 2003).

La autenticidad del producto se convierte entonces en la base fundamental de la certificación; esta asegura que el producto ha sido elaborado y producido siguiendo un proceso o método tradicional en una región geográfica específica de una nación, y atrae a consumidores que buscan productos únicos y de alta calidad (Fusté Forné et al., 2020). El vínculo entre el producto y el lugar de origen, al ser una de las características esenciales para obtener las certificaciones DOP e IGP, establece unas características del entorno natural y cultural que influyen directamente en la calidad, el sabor y la textura del producto reforzando su reputación

y su atractivo en los mercados internacionales (Martínez-Salvador & Reyes-Jaime, 2022).

Esas variables refuerzan la posición de los productos en los mercados globales y la protección de los derechos de los productores, lo cual garantiza el respeto por las tradiciones locales y la calidad asociada a estos (Rosselló, 2022; Lalitha & Vinayan, 2019; Blakeney, 2019).

Resultados y discusión

Análisis estructural

En el análisis estructural se abordaron las veintidós variables mencionadas y se procedió a aplicar la matriz relacional, una herramienta que facilita la identificación de la posición de cada variable dentro de una de las cuatro zonas: conflicto, poder, problemas y salida.

Esta matriz permite no solo clasificar las variables, sino también comprender la relación existente entre los niveles de dependencia o grado en el que estas son afectadas por otras y de motricidad, como la capacidad de influir en otras variables. En la figura 2 se presentan las variables relacionadas con la calidad y el origen del producto, así como su autenticidad y competitividad, las cuales desempeñan roles clave en el sistema de certificación DOP, tanto en su capacidad para influir en otras variables como en su dependencia de estas. Elementos como la innovación tecnológica y la competencia parecen estar más sujetos a los resultados de las variables más influyentes, como la calidad del producto o la garantía de origen.

En la zona de poder, las variables tienen alta motricidad y baja dependencia; esto quiere decir que influyen de manera significativa en otras, pero son poco dependientes de otras variables. En este caso, lugar de origen del producto, calidad del producto, materia prima por volumen y garantía de origen tienen una influencia considerable sobre otras variables; esto sugiere que son clave para la estrategia general de certificación DOP e IGP y en análisis de la cadena de valor de los productos con DOP. En la zona de conflicto se encuentran variables con alta motricidad y alta dependencia. Estas variables no solo influyen en otras, sino que

también están fuertemente condicionadas por otras variables del sistema. En este caso, autenticidad del producto, competitividad, producción y tendencias en el consumo de productos son clave para el éxito de la certificación, pero estas dependen fuertemente de otros factores como el lugar de origen o la calidad del producto.

Por otra parte, las variables en la zona de problemas tienen baja motricidad y baja dependencia: no influyen ni son muy afectadas por otras. Se ubican allí propiedad intelectual, protección del consumidor y sostenibilidad, ejemplos de variables que, aunque forman parte del sistema, tienen un impacto limitado en la dinámica general. Por último, en la zona de salida, las variables tienen alta dependencia, pero con baja motricidad; esto significa que dependen fuertemente de otras variables, pero no tienen un impacto considerable por sí mismas. Se encuentran en esta zona las variables competencia, cultura de consumo, innovación y tecnología, como aquellas que dependen mucho de factores como calidad o autenticidad del producto, pero no son los motores principales del sistema.

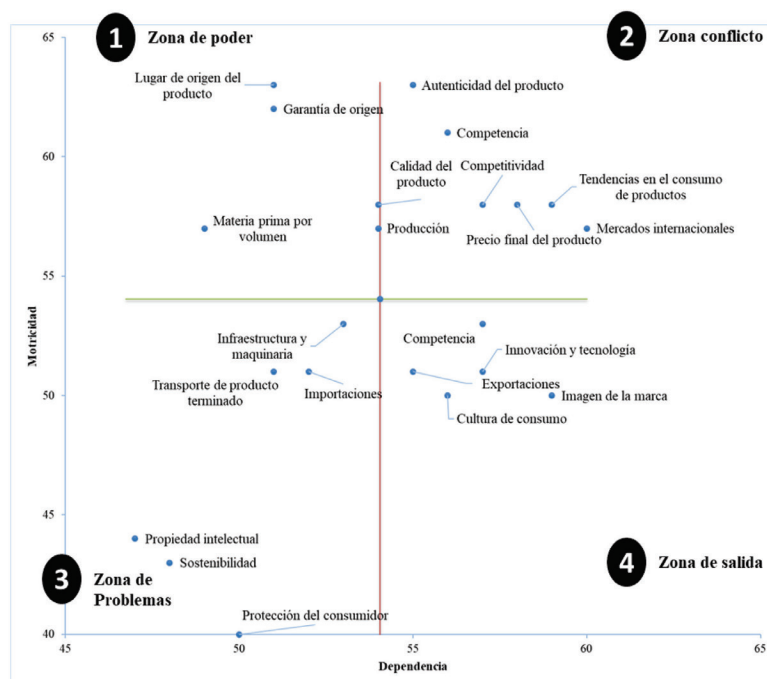
Variables portadoras de futuro del análisis estructural

En la figura 3 se presentan las valoraciones potenciales de la motricidad (capacidad para influir en otras variables) y la dependencia de las diversas variables de factores externos relacionadas con las certificaciones DOP y la IGP. Las variables ubicadas en la zona de poder tienen alta motricidad y alta dependencia. Esto significa que son clave para impulsar el sistema, pero a la vez están fuertemente influenciadas por otras variables. Por ejemplo, la competitividad es fundamental para el éxito en mercados internacionales y está muy relacionada con la calidad del producto y la imagen de la marca; los mercados internacionales son un elemento crucial para la expansión de productos con DOP y, a su vez, depende de factores como la autenticidad del producto y la tendencia de consumo. Por otra parte, se encuentra la autenticidad del producto, que está directamente ligada al lugar de origen, un aspecto esencial en las certificaciones DOP porque

valida el vínculo entre el producto y su región, y finalmente se encuentra el nivel de rentabilidad y el precio final del producto, que son factores clave

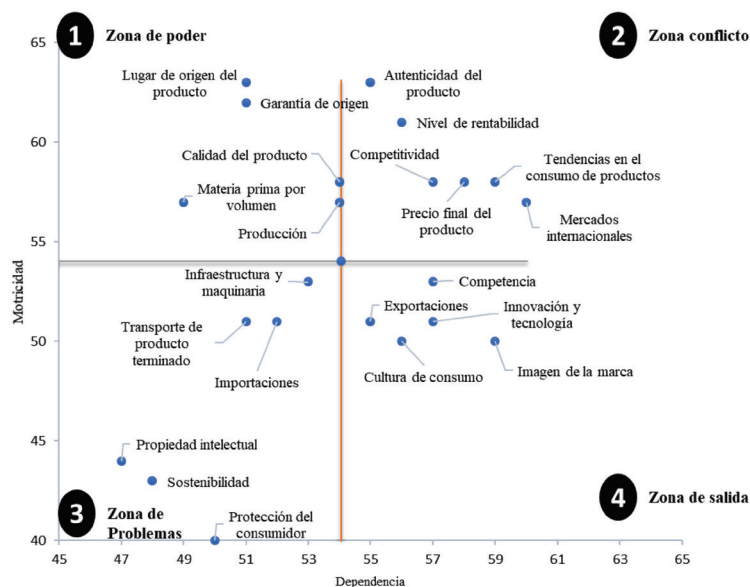
que determinan la sostenibilidad económica del modelo de DOP, dependiendo de la competitividad y la imagen de marca.

Figura 2. Matriz de proyección de variables



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Valoraciones potenciales de las variables



Fuente: elaboración propia.

En la zona de conflicto se encuentran variables con alta motricidad, pero baja dependencia. Estas son variables portadoras de futuro, que pueden influir en muchas otras sin depender tanto de factores externos. Lugar de origen del producto y garantía de origen son variables que, por su naturaleza, aseguran la autenticidad y el valor agregado de los productos con DOP. Asimismo, calidad del producto es una variable determinante que afecta directamente la competitividad y la percepción de los consumidores.

Variables portadoras de futuro de las valoraciones potenciales

En la tabla 4 se presenta la evaluación realizada al panel de gerentes con y sin certificaciones DOP e IGP frente a la influencia y la favorabilidad de las veintidós variables expuestas y consideradas como críticas para el futuro y el desarrollo apropiado de los productos certificados bajo los estándares internacionales requeridos en América Latina. Estas variables refuerzan la relevancia de las certificaciones y evidencian la necesidad de fortalecer los sistemas de control y calidad y promoción de la identidad cultural de los productos participantes.

El resultado obtenido con el índice de acuerdo con la influencia en favorabilidad arroja un resultado del 0,67 %. Lo anterior indica un nivel moderado-alto de consenso entre los expertos entrevistados; este dato sugiere que la tendencia es a identificar las variables con un impacto potencial en la toma de decisiones estratégicas en la organización al momento de considerar la obtención de las certificaciones DOP e IGP en los procesos de internacionalización para cubrir mercados extranjeros.

Las siguientes son las variables que afectan directamente el proceso con una alta influencia y favorabilidad: en cuanto a autenticidad del producto, se presenta un consenso absoluto de los expertos y se destaca como el pilar fundamental para el posicionamiento de los productos con este tipo de certificación. La autenticidad representa un atributo diferenciador y la construcción de confianza

y respaldo de los mercados, que le permitirán al producto ser altamente competitivo. Protección del consumidor es una variable clave para consolidar la percepción de calidad y la seguridad de la marca, como respaldo de los productos, y se percibe como las condiciones necesarias para la incorporación de productos con certificación de origen.

Por otra parte, se presentaron dos variables con un consenso parcial: frente a las exportaciones, aunque reconocidas como influyentes dentro de los procesos de internacionalización de las organizaciones, se evidencia un acuerdo levemente inferior en su favorabilidad; se interpreta esta variable como una alerta ante los desafíos asociados a la apertura efectiva de mercados de los productos con certificaciones DOP e IGP en América Latina, influyendo directamente en aspectos como barreras arancelarias, debilidades logísticas y visibilidad internacional limitada. La segunda variable es el nivel de rentabilidad, que si bien su influencia es reconocida su favorabilidad es moderada, lo que refleja la percepción del riesgo económico que enfrentan los productores artesanales al asumir costos de certificación con respecto a una rentabilidad esperada, basada en una evaluación estratégica desde las políticas públicas y el sector privado. La importación es una variable que presenta baja influencia y favorabilidad; esto sugiere que, dentro del contexto, no representa un factor determinante en la promoción o el desincentivo para lograr una certificación de origen.

Posibles escenarios

La construcción de escenarios revela que, aunque existen desafíos importantes en el presente, las proyecciones hacia el futuro son favorables, siempre y cuando se aborden de manera estratégica los factores críticos identificados (tabla 5). Este análisis refuerza el argumento de que las certificaciones DOP no solo son herramientas comerciales, sino también instrumentos de competitividad, identidad cultural y desarrollo económico para América Latina.

Tabla 4. Índice según influencia y favorabilidad

Influencia		Favorabilidad											
Evaluación de expertos		Evaluación de expertos											
Variables portadoras de futuro		Acuerdo de influencia										Acuerdo de Favorabilidad	
		G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10		
Autenticidad del producto		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Exportaciones		1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
Producción		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Importaciones		1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1
Protección del consumidor		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Nivel de rentabilidad		1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0
Índice de acuerdo												0,67	
												0,67	

Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Posibles escenarios de comportamiento de las certificaciones DOP e IGP, según expertos

Variables portadoras de futuro	Escenario pesimista										Escenario tendencial										Escenario optimista												
	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	Promedio	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	Promedio	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	Promedio
Autenticidad del producto	10	15	15	20	15	14	15	18	10	10	14,2	83	85	78	77	79	80	85	87	80	67	81,5	82	86	87	88	90	93	90	94	93	94	89,7
Exporta- ciones	30	32	35	40	28	20	40	45	38	36	34,4	80	84	76	78	80	81	85	87	80	84	80,2	80	85	88	80	84	88	87	89	90	94	86,5
Producción	10	10	12	15	12	12	15	18	20	20	14,4	50	55	48	50	50	46	45	48	55	55	50,2	70	67	60	62	64	68	62	71	80	79	68,3
Importa- ciones	13	14	15	15	14	15	23	20	22	21	17,2	75	80	76	80	78	80	80	75	75	79	77,8	69	65	67	62	55	41	76	70	71	72	64,8
Protección del consum- idor	25	29	29	30	35	20	40	40	45	25	31,8	36	40	45	55	42	41	40	43	54	55	45,1	76	80	87	78	86	80	89	90	92	96	85,4
Nivel de rentabilidad	15	19	21	27	25	21	28	30	36	29	25,1	65	70	81	83	87	82	90	94	95	92	83,9	90	95	95	80	85	80	90	80	81	90	86,6

Fuente: elaboración propia.

Como se mencionó en la metodología, se abordó a expertos en el tema que pudieran socializar su postura con respecto a las variables portadoras de futuro presentadas en la tabla 5; por ello este análisis muestra tres escenarios prospectivos: pesimista, tendencial y optimista. Este tipo de enfoque permite capturar las diferentes percepciones vinculantes y diferenciadoras basadas en la experticia, la práctica en el medio y las expectativas de incorporación de un registro o certificación a corto o mediano plazo. Este proceso responde a un ejercicio de análisis de escenarios, herramienta ampliamente validada en diferentes investigaciones de prospectiva estratégica, que contribuye a identificar las tendencias, riesgos, desafíos y oportunidades que inciden en la consolidación de productos certificados.

Escenario pesimista

En este escenario se comprende el impacto mínimo que pudieran tener las variables si las condiciones externas e internas no tuvieran el desempeño esperado y fueran desfavorables para todo el proceso esperado. Desde esta postura las variables autenticidad del producto (14,2) y producción (14,4) presentan promedios bajos, que reflejan un entorno muy complejo donde no se lograrían fortalecer la identidad del producto ni mantener los niveles adecuados de producción certificada. Sin embargo, la variable exportaciones registra el promedio más alto (34,4), sugiriendo que, aunque se trata de un entorno con condiciones complejas y desafíos, se reconoce el potencial para la comercialización; y las variables protección del consumidor y nivel de rentabilidad presentan valores intermedios, aunque bajos para garantizar la sostenibilidad de estrategias orientadas para el posicionamiento de productos con certificaciones DOP e IGP.

Escenario tendencial

Este escenario se comprende desde la planificación basada en las condiciones actuales de las organizaciones, sin incluir ningún cambio que pueda alterar los procesos de gestión que se realizan en el día a día.

Rentabilidad (83,9) y autenticidad del producto (81,5) son las variables con mejor puntuación y con

los valores más destacados; eso indica que hay una baja evolución natural de las dinámicas y se espera un fortalecimiento de la identidad de la marca en pro de la mejora de la rentabilidad para las empresas que cuentan con certificaciones DOP e IGP. En cuanto a las variables exportaciones y producción, ambas obtuvieron la misma calificación (50,2) y se ubican en un nivel moderado en el que se presentan avances leves, con obstáculos estructurales que podrían ser desafiantes para la consolidación de la expansión internacional, además de limitar la producción certificada. La variable protección del consumidor alcanza un promedio moderado, y muestra la necesidad de reforzar las políticas de calidad y análisis de los riesgos asociados a la seguridad para los productos con este tipo de registros.

Escenario optimista

El escenario optimista permite maximizar los factores asociados al éxito del fenómeno analizado. Siendo este el panorama, para América Latina se podría consolidar con productos referentes de calidad y de origen a través de las certificaciones DOP e IGP, vinculando en los mercados la innovación tecnológica y el fortalecimiento de capacidades productivas.

Las variables mejor calificadas fueron autenticidad del producto (89,7), nivel de rentabilidad (86,6), exportaciones (86,5) y protección del consumidor (85,4). Estos valores sugieren un consenso sobre el potencial significativo de la consolidación de los productos con certificaciones que pueden ser competitivos, rentables y ampliamente reconocidos en los mercados internacionales.

Conclusiones

La investigación permitió identificar que las certificaciones DOP e IGP actúan como activos estratégicos para la diferenciación en mercados extranjeros. El análisis de veintidós variables con el método MicMac y la validación del panel de expertos permiten identificar la legitimidad institucional como beneficio principal en la obtención de una certificación de origen; esto se traduce en la reducción de incertidumbre en la gestión de procesos de exportación, precisamente porque la empresa y el

producto cumplen con los estándares de calidad y autenticidad reconocidos en este tipo de mercados.

A partir de los resultados se determina que a corto plazo variables como autenticidad del producto, protección del consumidor y rentabilidad son aquellas que más impactan la competitividad de las organizaciones certificadas y, por ende, incrementan los beneficios que conllevan este tipo de certificaciones. Lo anterior permite no solo consolidar la reputación de los productos y marcas, sino también fomentar prácticas empresariales más sostenibles y promover las culturas de las diferentes regiones que producen apropiadamente productos con un valor agregado.

La adopción de las certificaciones DOP e IGP en América Latina aún está en progreso; enfrenta limitaciones estructurales como insuficiente infraestructura, poco o escaso conocimiento de la certificación en mercados internacionales, altos costos asociados con todo el proceso de certificación, las cuales deben ser tratadas mediante políticas gubernamentales que integren a todas las organizaciones de todos los tamaños, públicas o privadas, para que puedan adoptar estas buenas prácticas.

Con respecto a la situación de las empresas representadas en el panel de expertos se observó que los procesos de internacionalización cada vez se fortalecen más, mediante certificaciones de origen que requieren una transformación en las capacidades productivas, tecnológicas y logísticas de las organizaciones. El análisis prospectivo presentó un escenario tendencial, indicando mejoras paulatinas; desde un escenario optimista sugiere implementar acciones como innovación tecnológica, cooperación institucional y promoción cultural, con las que se lograría mejorar el posicionamiento de los productos en este tipo de mercados, y desde el enfoque estratégico futuro, el medio empresarial debe centrarse en garantizar la consolidación de la identidad territorial de los productos para construir redes de colaboración internacional

que permitan mejorar y favorecer el ascenso de estos productos certificados en mercados más especializados.

Por último, y de acuerdo con los escenarios prospectivos generados, el fortalecimiento de la imagen de marca y la seguridad jurídica derivada de la propiedad intelectual se presentan como beneficios de mayor impacto estratégico. Por su parte, las tendencias de investigación a mediano plazo se orientan hacia la evaluación de la digitalización de la certificación, la integración de los modelos colaborativos multinacionales y el impacto económico y sociocultural de los sellos de origen. La inserción de tecnologías en los procesos, como cadena de bloques, permitiría fortalecer la autenticidad de los productos y mejorar la trazabilidad de producción, así como el estudio de los efectos de las certificaciones en el desarrollo rural en las diferentes regiones de América Latina. Asimismo, será relevante profundizar en el impacto de las alianzas estratégicas entre países y sectores productivos y su aceleración en el proceso de adopción y optimización de certificaciones con valor agregado como DOP e IGP.

Limitaciones

La investigación contó con la solidez del análisis estructural; sin embargo, presenta limitaciones que deben ser consideradas. Una de ellas es el alcance geográfico, pues el estudio se centró en expertos del contexto latinoamericano y los resultados podrían variar entre regiones, precisamente por las diferencias que se puedan encontrar en el ecosistema institucional. Otra limitación se relaciona con el tamaño de la muestra de expertos; aunque cualitativamente fue robusto el aporte, no permite la generalización estadística. Se recomienda para futuras investigaciones extender el estudio a otras regiones como África o Asia y realizar comparativos entre las diversas categorías de producto y su impacto con las certificaciones DOP e IGP.

Referencias

- Barham, E. (2003). Translating terroir: The global challenge of French AOC labeling. *Journal of Rural Studies*, 19(1), 127-138. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(02\)00052-9](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(02)00052-9)

- Belletti, G., Marescotti, A., & Touzard, J.-M. (2017). Geographical indications, public goods, and sustainable development: The roles of actors' strategies and public policies. *World Development*, 98, 45-57. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.05.004>
- Blakeney, M. (2019). *The Protection of Geographical Indications: Law and practice* (2.^a ed.). Edward Elgar Publishing.
- Bragado Herrero de Egaña, C. (2023). *Los retos de la propiedad intelectual en el entorno digital*. Dykinson.
- Candiago, S., Tscholl, S., Bassani, L., Fraga, H., & Egarter Vigl, L. (2024). Quality wines in Italy and France: A dataset of protected designation of origin specifications. *Data in Brief*, 54, 110408. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2024.110408>
- Cardoso, V. A., Lourenzani, A. E. B., Caldas, M. M., Bernardo, C. H. C., & Bernardo, R. (2022). The benefits and barriers of geographical indications to producers: A review. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 37(6), 707-719. <https://doi.org/10.1017/S174217052200031X>
- Chacana-Ojeda, M., Guevara-Ramírez, W., Martínez-Cháfer, L., & Molina-Morales, F. X. (2024). El desarrollo de las Indicaciones Geográficas en América Latina: Un análisis bibliométrico. *rivar*, 12(34), 1-22. <https://doi.org/10.35588/5f224w47>
- Colamartino, C., Dipierro, A. R., Toma, P., & Frittelli, M. (2023). What lies behind the success of Italian GIs products? Questioning tradition in consortia via aggregated conditional efficiency. *Socio-Economic Planning Sciences*, 87, 101578. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2023.101578>
- Comisión Europea. (2024). *Indicaciones geográficas y regímenes de calidad*. https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-and-quality-schemes-explained_es
- Comisión Europea. (s.f.). *Indicaciones geográficas: Alimentos y bebidas*. https://agriculture.ec.europa.eu/farming/geographical-indications-and-quality-schemes/geographical-indications-food-and-drink_es
- Comunidad Andina. (2021). *Comisión de la Comunidad Andina*. <https://www.comunidadandina.org/quienes-somos/comision-de-la-comunidad-andina/>
- del Arco, V. (2023). Indicaciones geográficas, autenticidad, turismo y gentrificación en entornos rurales. El caso etnográfico del jamón curado con dop en Aragón y Castilla y León. *Cuadernu: Revista internacional de patrimonio, museología social, memoria y territorio*, (11), 89-120. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8979351>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Duvaléix, S., Emlinger, C., Gaigné, C., & Latouche, K. (2021). Geographical indications and trade: Firm-level evidence from the French cheese industry. *Food Policy*, 102, 102118. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2021.102118>
- European Commission. (s.f.). *eAmbrosia*. Retrieved August 15, 2024. <https://ec.europa.eu/agriculture/eambrosia/geographical-indications-register/>
- Flinzberger, L., Plieninger, T., Bugalho, M. N., & Zinngrebe, Y. (2024). Is the "Protected Designation of Origin" an indicator for sustainable landscape management? Insights from pasture-based animal husbandry in five eu countries. *Journal of Land Use Science*, 19(1), 59-77. <https://doi.org/10.1080/1747423X.2024.2326321>
- Franco Crespo, C., Nuñez, H., & Baldeon-Baez, S. (2024). Unearthing unique value: Exploring the potential of Protected Designation of Origin on the Tangerine Industry of Patate, Tungurahua. *Economía Agro-Alimentare*, 1, 55-77. <https://doi.org/10.3280/ecag2024oa16120>
- Fusté Forné, F., Medina, F. X., & Mundet i Cerdan, L. (2020). La Proximidad de los productos alimentarios: Turismo gastronómico y mercados de abastos en la Costa Daurada (Cataluña, España). *Revista de Geografía Norte Grande*, 76, 213-231. <https://doi.org/10.4067/S0718-34022020000200213>
- Garavaglia, C., & Mariani, P. (2017). How much do consumers value protected designation of origin certifications? Estimates of willingness to pay for pdo dry-cured ham in Italy. *Agribusiness*, 33(3), 403-423. <https://doi.org/10.1002/agr.21494>
- Godet, M. (2007). *Prospectiva estratégica: Problemas y métodos*. Cuadernos de lipsor. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. <https://archivo.cepal.org/pdfs/GuiaProspectiva/Godet2007.pdf>
- Goudis, A., & Skuras, D. (2020). Consumers' awareness of the eu's protected designations of origin logo. *British Food Journal*, 123(13), 1-18. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2020-0156>

- Greve, H. R., & Argote, L. (2015). Behavioral theories of organization. In *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp. 481-486). Elsevier <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.73121-7>
- Guareschi, M., Mancini, M. C., & Arfini, F. (2023). Geographical Indications, public goods and sustainable development goals: A methodological proposal. *Journal of Rural Studies*, 103, 103122. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2023.103122>
- Guerrero, L., Guàrdia, M. D., Xicola, J., Verbeke, W., Vanhonacker, F., Zakowska-Biemans, S., Sajdakowska, M., Sulmont-Rossé, C., Issanchou, S., Contel, M., Scalvedi, M. L., Granli, B. S., & Hersleth, M. (2009). Consumer-driven definition of traditional food products and innovation in traditional foods. A qualitative cross-cultural study. *Appetite*, 52(2), 345-354. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2008.11.008>
- Instituto Nacional de la Propiedad Industrial. (2020). *Marcas*. Argentina.gob.ar. <https://portaltramites.inpi.gob.ar/clasico/cursoagentes/marcas.htm>
- Loureiro, M.L. and McCluskey, J.J. Jill, L., & Luz, M. (2000). Assessing consumer response to protected geographical identification labeling. *Agribusiness*, 16(3), 309-320. [https://doi.org/10.1002/1520-6297\(200022\)16:3<309::AID-AGR4>3.0.CO;2-G](https://doi.org/10.1002/1520-6297(200022)16:3<309::AID-AGR4>3.0.CO;2-G)
- Kaynak, E. (2014). *Internationalization of companies from developing countries*. Routledge.
- Lalitha, N., & Vinayan, S. (2019). *Regional products and rural livelihoods: A study on Geographical Indications from India*. Oxford University Press.
- Likoudis, Z., Sdrali, D., Costarelli, V., & Apostolopoulos, C. (2016). Consumers' intention to buy protected designation of origin and protected geographical indication foodstuffs: The case of Greece. *International Journal of Consumer Studies*, 40(3), 283-289. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12253>
- Maioui, M. N., & Gassemi, K. (2021). The internationalization of companies: Structural comparison analysis between behavioral models and economic models. *International Review of Management and Marketing*, 11(2), 30-38. <https://doi.org/10.32479/irmm.11038>
- Maldonado, M. E., Casals Costa, R., Such Martí, X., & Narváez Riofrío, M. C. (2018). Obtención de una Denominación de Origen Protegido de origen animal en Ecuador en base a la normativa europea. *La Granja*, 27(1), 6-20. <https://doi.org/10.17163/lgr.n27.2018.01>
- Manquillo Astaíza, N. A. (2019). La vulnerabilidad del sector artesanal colombiano en el ámbito nacional e internacional como “negocio de conocimiento tradicional”. Estudio de caso: La denominación de origen artesanal “Guacamayas” en el Acuerdo Comercial entre Colombia, Perú y la Unión Europea. *Revista La Propiedad Inmaterial*, (28), 167-209. <https://doi.org/10.18601/16571959.n28.06>
- Marchiaro Tendero, A. (2024). *Análisis comparativo de las exportaciones de las principales Denominaciones de Origen en España*. Universitat Politècnica de València. <https://riunet.upv.es/handle/10251/204170>
- Martínez-Salvador, L. E., & Flores-Pacheco, M. V. (2022). Modelos de gobernanza en las denominaciones de origen para el desarrollo territorial: Aproximaciones desde el caso del cacao en América Latina. *Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 32(60). <https://doi.org/10.24836/es.v32i60.1261>
- Martínez-Salvador, L. E., & Reyes-Jaime, A. (2022). Dimensiones de la sustentabilidad en sellos de origen: Una aproximación desde las denominaciones de origen protegidas. *rivar*, 9(27). <https://doi.org/10.35588/rivar.v9i27.5658>
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. (2025). *Guía básica*. <https://www.gov.br/inpi>
- Mora-Córdova, D. E., Lituma-Loja, A. A., & González-Illescas, M. L. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *innova Research Journal*, 5(2), 113-132. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n2.2020.1274>
- Moreno Gené, J., Solé Puiggené, S., & Gallizo Larraz, J. L. (2024). Determining the influence of belonging to a wine protected designation of origin on profitability. *Agribusiness*, 42(1), 296-315. <https://doi.org/10.1002/agr.21947>
- Palma-López, J., Sánchez-Rodríguez, A. R., del Campillo, M. C., León-Gutiérrez, J. M., & Ramírez-Pérez, P. (2024). Influence of soil properties on grape and must quality in the Montilla – Moriles protected designation of origin (southern Spain). *Catena*, 241, 108041. <https://doi.org/10.1016/j.catena.2024.108041>
- Pivetta, M. (2021). Brasil de origen. *Revista Pesquisa Fapesp*, edición 309. <https://revistapesquisa.fapesp.br/es/brasil-de-origen/>

- ProColombia. (s. f.). *Productos colombianos que cuentan con un certificado de origen*. Colombia.co. <https://colombia.co/extranjeros/negocios-en-colombia/exportacion/productos-colombianos-con-denominacion-de-origen>
- Resolución 57530 de 2012. (28 de septiembre). Por la cual se adiciona el Capítulo VII, titulado Denominaciones de Origen, al Título x sobre Propiedad Industrial de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=4040995>
- Rosselló, B. K. (2022). *La protección jurídica de las indicaciones geográficas*. Fondo Editorial pucp.
- Salinas García, E., Alcaraz Vera, J. V., Durán Tovar, E. S., & Chávez Rivera, R. (2023). Alcances y limitaciones de la denominación de origen del mezcal en México. *Agricultura Sociedad y Desarrollo*, 21(1), 51-63. <https://doi.org/10.22231/asdy.v21i1.1583>
- Serrano, R., Dejo-Oricain, N., Ferrer, J. Pinilla, V., Abella-Garcés, S., & Maza, M. T. (2023). Domestic clustered networks and internationalization of agrifood SMEs. *Agribusiness*, 39(1), 167-195. <https://doi.org/10.1002/agr.21761>
- Spognardi, S., Vistocco, D., Cappelli, L., & Papetti, P. (2021). Impact of organic and “protected designation of origin” labels in the perception of olive oil sensory quality. *British Food Journal*, 123(8), 2641-2669. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2020-0596>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2017a). *La Superindustria declara la protección de las Denominaciones de Origen del “Café de la Sierra Nevada” y el “Café del Tolima”*. <https://www.sic.gov.co/noticias/la-superindustria-declara-la-proteccion-de-las-denominaciones-de-origen-del-cafe-de-la-sierra-nevada-y-el-cafe-del-tolima>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2017b). *Denominaciones de origen*. <https://www.sic.gov.co/marcas/denominaciones-de-origen>
- Thornton, H. C., & Zhao, Y. (2025). Sharing economy companies’ internationalization: A business ecosystem strategy. *International Business Review*, 34(2), 102355. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102355>
- Toma, P., Manta, F., Morrone, D., & Campobasso, F. (2022). Familiar worldwide: How pdo products reflect quality in consumers’ appraisal and behaviour. *The tqm Journal*, 35(2), 470-491. <https://doi.org/10.1108/TQM-07-2021-0216>
- Torres Valdés, R. M. (2023). Aproximación al concepto de enodiplomacia y estudio de percepción sobre su gestión e impacto en la imagen territorio de Alicante. *rivar*, 10(30). <https://doi.org/10.35588/rivar.v10i30.5908>
- van Caenegem, W., & Cleary, J. (2017). *The importance of place: Geographical Indications as a tool for local and regional development*. Springer.
- Vargas-Hernández, J. G. (2008). Teoría institucional y neoinstitucional en la administración internacional de las organizaciones. *Revista Científica Visión de Futuro*, 10(2). <https://revistacientifica.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/641>
- Vichi, S., Tres, A., Quintanilla-Casas, B., Bustamante, J., Guardiola, F., Martí, E., Hermoso, J. F., Ninot, A., & Romero, A. (2019). Catalan virgin Olive oil protected designations of origin: Physicochemical and major sensory attributes. *European Journal of Lipid Science and Technology: EJLST*, 121(3), 1800130. <https://doi.org/10.1002/ejlt.201800130>
- World Intellectual Property Organization (wipo) y Organización Mundial del Turismo (omt). (2021). *Promover el desarrollo del turismo mediante la propiedad intelectual*. WIPO.
- Yang, H., & Stoian, M.-C. (2025). Post-entry internationalization of born globals: The role of dynamic capabilities in accelerating growth. *International Business Review*, 34(2), 102299. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102299>
- Ynalvez, M. A., & Shrum, W. (2001). Science and development. In *International Encyclopedia of the social & behavioral sciences* (pp. 150-155). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.85020-5>

