



## La denominación de origen y la competitividad – dos conceptos entrelazados en el ámbito internacional

## The designation of origin and competitiveness – two intertwined concepts in the international field

**Héctor Gerardo Toledo Rosillo**  
Universidad Autónoma de Querétaro  
[htoledomx@gmail.com](mailto:htoledomx@gmail.com)  
ORCID: 0000-0002-4331-1947

**Violena Hubenova Nancheva**  
Universidad Autónoma de Querétaro  
[violena.nancheva@uaq.mx](mailto:violena.nancheva@uaq.mx)  
ORCID: 0000-0002-0904-7281

**Mauricio Morales González**  
Universidad Autónoma de Querétaro  
[maurmaufgfhricio@gmail.com](mailto:maurmaufgfhricio@gmail.com)  
ORCID: 0009-0003-5455-1799

## Resumen

En el actual artículo de investigación se aborda el problema relacionado con las denominaciones de origen y su impacto en el crecimiento de los países y su relación directa con la competitividad. Utilizando una metodología de análisis estadístico de datos, se recopila y analiza información sobre las denominaciones de origen registradas en tres países que son México, Francia y Bulgaria. Los resultados nos muestran que, al obtener dichas denominaciones, aumenta no solo el prestigio de los productos en sí, sino la competitividad de todo el país y su comercio exterior obtiene un crecimiento exponencial.

**Palabras clave:** denominación de origen, competitividad, entorno internacional, crecimiento lineal

## Abstract

The current research article addresses the problem related to designations of origin and its impact on the growth of countries and its direct relationship with competitiveness. Using a statistical data analysis methodology, information on appellations of origin registered in three countries, which are Mexico, France and Bulgaria, is collected and analyzed. The results show us that by obtaining these denominations, not only the prestige of the products themselves increases, but also the competitiveness of the entire country and its foreign trade obtains exponential growth.

**Keywords:** designation of origin, competitiveness, international environment, linear growth

---

## 1. Introducción

La denominación de origen es una indicación geográfica utilizada en un producto que tiene un origen geográfico concreto, cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen. La indicación geográfica generalmente corresponde al nombre del lugar de origen de los productos. Una indicación geográfica o denominación de origen otorga un derecho y protección a los procesos de fabricación y materias primas del producto, impidiendo su uso si no se cumple con las normas aprobadas. Generalmente la denominación de origen se aplica a productos agrícolas, alimentos, vinos y bebidas espirituosas, artesanías y a algunos productos industriales.

Estas normas son reguladas por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, OMPI, fundada por las Naciones Unidas en 1967, con sede en Ginebra, Suiza. Este organismo cuenta con 189 países que son miembros. En México, el organismo designado para la protección y promoción de las denominaciones de origen es el Instituto Mexicano de la Propiedad Intelectual. Cada producto designado cuenta con una Norma Oficial Mexicana (NOM) específica y consejos reguladores formados por productores y observadores, que vigilan el cumplimiento de las normas.

Las denominaciones de origen no se obtienen o se conceden por decreto ni por ninguna autoridad, sólo existen por situaciones de hecho; es decir, primero se usan, son famosas y reconocidas por el público que las consume, y posteriormente, se les protege mediante la declaración correspondiente. Algunos beneficios de los productos identificados con denominaciones de origen se dan en el sector económico, ya que brindan mayores oportunidades al sector productivo en México (industria, artesanos, campo, comerciantes, productores), al mismo tiempo que se protege al consumidor.

Para que pueda ser considerada esa indicación de procedencia una denominación de origen y ser protegida como tal por media de la declaratoria respectiva, debe cumplir con tres condiciones principales, que son las siguientes:

1. La denominación de origen deberá estar constituida por el nombre de un lugar o región geográfica del país.
  2. Que con dicho nombre se designe un producto originario de esa región geográfica.
  3. Que el producto tenga características y cualidades especiales respecto a productos de su misma clase o especie y que éstas se deban exclusivamente al medio geográfico, incluido en este último los factores naturales y los humanos. Respecto a la última parte del concepto de denominación de origen que se refiere a los
-

factores naturales y humanos pueden ser: las características y composición del suelo, temperatura, humedad, altitud sobre el nivel del mar, clima, tradición y costumbre, utilización de procesos especiales etc. (OMPI, 2023).

Para que una Denominación de Origen tenga derecho a la protección internacional, debe satisfacer dos requisitos:

1. Gozar del reconocimiento y la protección interna del Estado que la solicita, previamente a la solicitud internacional.
2. Estar inscrita en el Registro Internacional de Denominaciones de Origen con sede en la ciudad de Ginebra, Suiza.

Cabe indicar que Francia es el país que más do ha acumulado: más de 500, de las 950 registradas por la Comunidad Europea, entre las que destacan: Bordeaux, Beaujolais, Cognac, Emmental de Savoie y la Denominación de Origen por excelencia, Champagne.

Las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas constituyen importantes herramientas de promoción de la imagen de marca que permiten atender la creciente demanda en el mercado de productos tradicionales cuya calidad se encuentra vinculada a su lugar de origen. Ayudan a diferenciar los productos con un origen geográfico específico —los cuales poseen determinadas cualidades o una reputación vinculada a dicho origen— de productos similares que se encuentran disponibles en el mercado. Los productos con una denominación de origen o una indicación geográfica suelen representar una parte significativa de las exportaciones y los ingresos de muchos países, por lo que es necesario protegerlos en el mayor número posible de mercados, tanto nacionales como extranjeros.

El Sistema de Lisboa establece un marco jurídico para facilitar la protección internacional de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas en 41 Partes Contratantes, que abarcan 71 países de África, Asia, Europa, América Latina y el Caribe. Mediante un único procedimiento de registro ante la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en un solo idioma y con un conjunto de tasas en una única divisa, el Sistema de Lisboa concede protección a las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas registradas en varios países sobre la base de un único registro internacional jurídicamente vinculante. El Sistema de Lisboa se puede utilizar para proteger las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas de cualquier tipo de producto, de tipo agrícola y alimentario, natural, artesanal e incluso industrial (OMPI, 2023).

---

## Figura 1

*Logo internacional de los productos con denominación de origen*



Fuente: [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

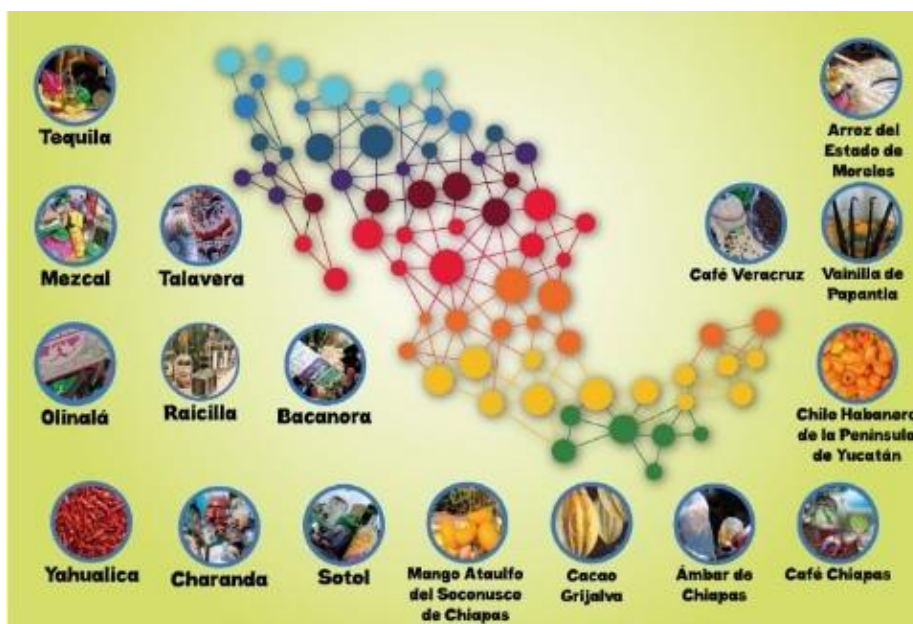
Para poder beneficiarse de la protección internacional en virtud del Sistema de Lisboa, las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas deben estar ya protegidas como tales en la Parte Contratante de origen, ya sea por medio de disposiciones legislativas o administrativas, decisiones judiciales o cualquier forma de registro. Las Partes Contratantes deben proteger las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas registradas en sus territorios frente a toda usurpación e imitación, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la indicación geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como “clase”, “tipo”, “estilo”, “imitación” u otras análogas. En el marco del Sistema de Lisboa, una vez registrada la denominación de origen o la indicación geográfica, la consiguiente protección internacional es potencialmente ilimitada en el tiempo, pues no es necesario el pago de ninguna tasa adicional para renovar el registro.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es la máxima autoridad administrativa en materia de propiedad industrial en México, competente para emitir las declaratorias de protección de denominaciones de origen y autorizar su uso, así como tramitar y en su caso otorgar registros de marca; entre otras atribuciones. Una de las facultades más importantes del Instituto es impulsar, fortalecer y reconocer la protección de las denominaciones de origen en nuestro país.

---

Figura 2

*Productos con denominación de origen en México*



Fuente: <https://www.gob.mx/impj>

En México los 18 productos con denominación de origen son: Ámbar de Chiapas, Arroz de Morelos, Bacanora, Cacao Grijalva, Café de Chiapas, Café Veracruz, Café Pluma, Charanda, Chile de Yahualica, Chile habanero de Yucatán, Mango Ataulfo de Soconusco Chiapas, Mezcal, Olinalá, Raicilla, Sotol, Talavera, Tequila, Vainilla de Papantla (IMPI, 2023).

A continuación, se describen más en detalles los 18 productos, objeto de la protección en México:

1. **Ámbar de Chiapas:** el ámbar es un material de origen vegetal que tardó millones de años en generarse. La extracción de dicho material se lleva a cabo por medio de la excavación de cuevas en distintas regiones de Chiapas, anteriormente en estas regiones ya se habían creado depósitos de una resina que brotaba de los árboles de la zona.

2. **Arroz de Morelos:** Este tipo de arroz se cultiva en diferentes municipios del estado de Morelos, principalmente en Jojutla. En dicho lugar la tierra brinda una buena temperatura ambiente lo que da lugar a que los métodos de plantación les puedan sacar el máximo provecho dando como beneficios la cosecha, la cual genera un

mejor sabor y textura muy poco frecuente que lo diferencia de otros tipos de arroces, principalmente los orientales. En adición, este arroz se exporta a países de Europa y Norteamérica.

3. Bacanora: Un destilado con una duración de producción de diez a doce años, esto es debido al tiempo que le toma a la planta de Agave angustifolia crecer bajo las condiciones de su origen el cual es el desierto. El Bacanora es un aguardiente fermentado que data de la época de la Colonia, cuya producción se lleva a cabo de forma artesanal. El Bacanora es destilado por pequeños productores que no han industrializado sus procesos de fabricación.

4. Cacao Grijalva: El cacao Grijalva perteneciente a las regiones selváticas de Tabasco. Su consumo data desde la época prehispánica, en donde era transformado en una bebida exclusiva para las clases altas.

5. Café de Chiapas: El café de Chiapas destaca por su alta acidez y un aroma intenso, resultado de las condiciones del terreno, la actitud, humedad, lluvia, temperatura de alguna región del estado del cual se hace su producción. Aunque en Chiapas se producen muchas toneladas de café, no todas reciben la denominación de origen, solo aquellas que cumplen con la regulación.

6. Café Veracruz: El café de Veracruz destaca por su aroma y cuerpo fino y comenzó a ganar, resultado de su siembra a más de 750 metros sobre el nivel del mar.

7. Café Pluma: Parta confirma que México es una región cafetera importante a nivel mundial, cuenta con otro café con denominación de origen en, en este caso, el café Pluma. Perteneciente al estado de Oaxaca, contando con un siglo de tradiciones, se cosecha por varios productores localizados en 30 municipios de las regiones de la costa y sierra sur.

8. Charanda: La charanda es un destilado producido de la caña de azúcar, como el ron, originario de Michoacán, de las faldas del cerro de La Charanda. Las técnicas empleadas para la producción de la charanda han sido heredadas de generación en generación, donde el jugo de caña es mezclado con maleza y se deja fermentar por un periodo de tiempo de 2 días donde finalmente pasa por una destilación doble, obteniendo una bebida de 35° de alcohol.

9. Chile de Yahualica: La región de Yahualica, localizada en los Altos de Jalisco, se especializa en la producción de este tipo de chile, que tiene un color verde cuando está inmaduro, pero cambia a un rojo intenso cuando alcanza su maduración. El chile Yahualica se encuentra en un proceso de 14 etapas para llegar a su destino final de comercialización.

---

10. Chile habanero de Yucatán: Uno de los ingredientes distintivos de la comida yucateca. Debido a las condiciones que nos ofrecen los estados de Campeche, Quintana Roo y Yucatán su producción es más sencilla, ya que estos estados cuentan con un clima húmedo. Cuenta con una gran variedad de formas de consumirlo, como en aderezos, polvo, hojuelas o salsas.

11. Mango Ataúlfo de Soconusco Chiapas: El mango Ataúlfo viene directamente desde Tapachula, Chiapas donde se elaboró a mediados del siglo pasado por Ataúlfo Morales, él fue el que llevo a cabo la experimentación con diferentes especies de mangos, experimentación la cual llevo a lo que conocemos hoy en día. Este mango destaca por su intenso color amarillo, un 70% de volumen de pulpa de en cada pieza y un sabor dulce.

12. Mezcal: Una de las bebidas más representativas del país y que ha ganado impulso a nivel internacional debido a su sabor y por inspirar la creación de nuevos cócteles. Para su elaboración se utilizan diferentes tipos de agaves, dependiendo de la región en donde se genere.

13. Olinalá: La Olinalá es un tipo de artesanía de México trabajada en madera originaria del pueblo, de raíces toltecas, con el mismo nombre en el estado de Guerrero. La forma con más frecuencia de localizar esta artesanía es en pequeñas cajas de madera fabricadas de lináloe, árbol endémico de la región. Los artesanos emplean un barniz de aceites de chía y cinco tipos de tierras, y pinturas prehispánicas, a base de cabrón y grana de cochinilla.

14. Raicilla: La raicilla es una de las bebidas destiladas del agave, la cual tiene orígenes que datan de la época novohispana, elaborado en municipios colindantes de Jalisco y Nayarit. La bebida es creada partiendo de la fermentación del jugo, jugo el cual es extraído de agaves silvestres de la misma región, y llega a contar con una graduación alcohólica que puede ser desde los 35 a los 55°.

15. Sotol: La planta del sotol tiene lugar en las regiones desérticas del norte del país como lo son Coahuila, Chihuahua y Durango. De esta planta se pueden extraer cestas, harina para panes, material de construcción, calzado, pero el producto más popular que se obtiene de ella es el licor de sotol. Una bebida que es producida por medio de métodos artesanales y que puede tener entre 38 y 50 grados de alcohol.

16. Talavera: La cerámica de Talavera, que se produce en los estados de Puebla y Tlaxcala, cuenta con cientos de años de tradición que se remontan hasta el continente asiático. Existe un reglamento muy estricto para considerar una pieza como cerámica de Talavera, ya que debe cumplir con los colores, patrones, esmaltes, forma de pintado, que se exige, por ello son piezas costosas y que requieren mucho tiempo para obtenerlas.

17. Tequila: Proviene del Agave tequilana Weber. A pesar de haber introducido procesos industrializados, conserva el sabor y las características para seguir considerándolo un producto con denominación de origen.

---



18. Vainilla de Papantla: La vainilla de Papantla se obtiene de la orquídea Xanath. Para su producción se requiere mucho tiempo y trabajo manual, por ello se han diseñado huertos que facilitan su siembra sin perder su calidad y sabor.

## FRANCIA

Francia es un país que tiene tradiciones en la obtención de la denominación de origen de hace casi 100 años. El país, como anteriormente se mencionó, tiene más de 500 productos con denominación de origen. La primera fue en 1935 y se trata de los vinos de la región de Bordeaux. Otras denominaciones famosas de productos de este país son:

- Queso Brie -1996
  - Champagne -1941
  - Queso Roquefort-1925
  - Pimiento Espelette-2002
  - Queso Comté 1952
-

Figura 3

Vinos de la región de Bordeaux en Francia con denominación de origen



Fuente: Benoit France

Ciertas denominaciones de vinos son reconocidas como superiores a otras, ya que fueron establecidas por primera vez en la Clasificación Oficial del Vino de Burdeos de 1855. Típicamente se trata de variaciones de "cru", la palabra en francés para "finca", y dependen de la región.

## BULGARIA

Bulgaria es un país donde el concepto de denominación de origen es reciente. El país cuenta con apenas tres productos que pertenecen a la categoría. El primero es el aceite de rosa búlgara, un producto importante para el país tanto como para su comercio como para su desarrollo económico.

El "queso blanco búlgaro en salmuera" ha sido reconocido por la Comisión Europea como Denominación de Origen Protegida en 31.07.2023 y es el producto más reciente en la categoría. El hecho ocurrió con la publicación del Reglamento de Ejecución (UE) 2023/1571 de la Comisión para la inscripción de una denominación en el registro de denominaciones de origen protegidas e indicaciones geográficas protegidas ("Queso blanco en salmuera búlgaro/Bulgarsko byalo salamureno sirene" (DOP) ) en el Boletín Oficial de la UE, número L 192 de 31.07.2023.

Se trata de la tercera indicación geográfica autóctona, después del: "Aceite de rosa búlgara" y la DOP "Yogur búlgaro", que contiene en sí mismo el nombre del país. El reconocimiento se concede en casos excepcionales a nombres de gran popularidad y autoridad internacional demostrada.

En la DOP "queso blanco búlgaro en salmuera", la zona geográfica de producción definida, al igual que en la DOP "yogur búlgaro", es el territorio de la República de Bulgaria, y la materia prima utilizada es únicamente leche de esta región como vaca, oveja, búfala, cabra o mixto.

Las favorables condiciones climáticas y naturales del país favorecen el desarrollo de las bacterias del ácido láctico, que se utilizan en la elaboración del producto y que influyen en sus características específicas desde la antigüedad.

Después de la entrada en vigor del Reglamento, sólo los productores que produzcan de acuerdo con el pliego de condiciones aprobado y certificado por una persona controladora (una empresa de certificación) podrán utilizar el nombre registrado, la denominación "denominación de origen protegida" o la abreviatura DOP, así como el símbolo especial (logotipo) de la UE, con el que se designan los productos DOP. Para ello, deben haber superado un procedimiento de aprobación por parte del Ministerio de Salud y Bienestar Social y deben estar inscritos en el registro de fabricantes del producto en cuestión en el sitio web del ministerio.

## 2. Método de investigación

La metodología empleada en este artículo es el análisis estadístico cuali-cuantitativo al proporcionar y garantizar, tanto seguridad, como precisión a los resultados de la investigación. Este artículo hace uso de un gráfico circular

---

para la representación del porcentaje de las distintas áreas en las cuales están vertidos los productos con denominación de origen de México.

También se emplea una gráfica estadística de crecimiento lineal para los productos con denominación de origen de México, así como una gráfica estadística comparativa de los datos cuantitativos de los productos con denominación de origen de los países de Bulgaria, México y Francia.

### 3. Resultados

Figura 4

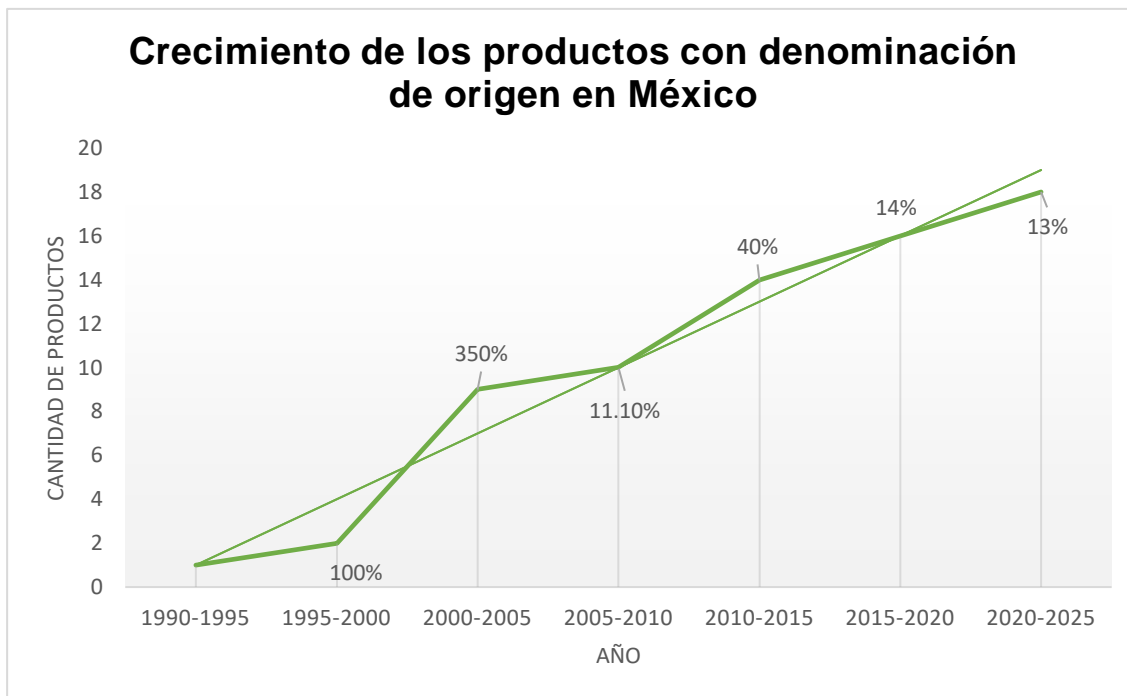
Sector al que pertenecen los productos de denominación de origen de México de 1994 a 2022



*Nota.* El gráfico representa los distintos sectores en los cuales están distribuidos los productos con denominación de origen en México, indicando el porcentaje que abarca cada uno respectivamente.

**Figura 5**

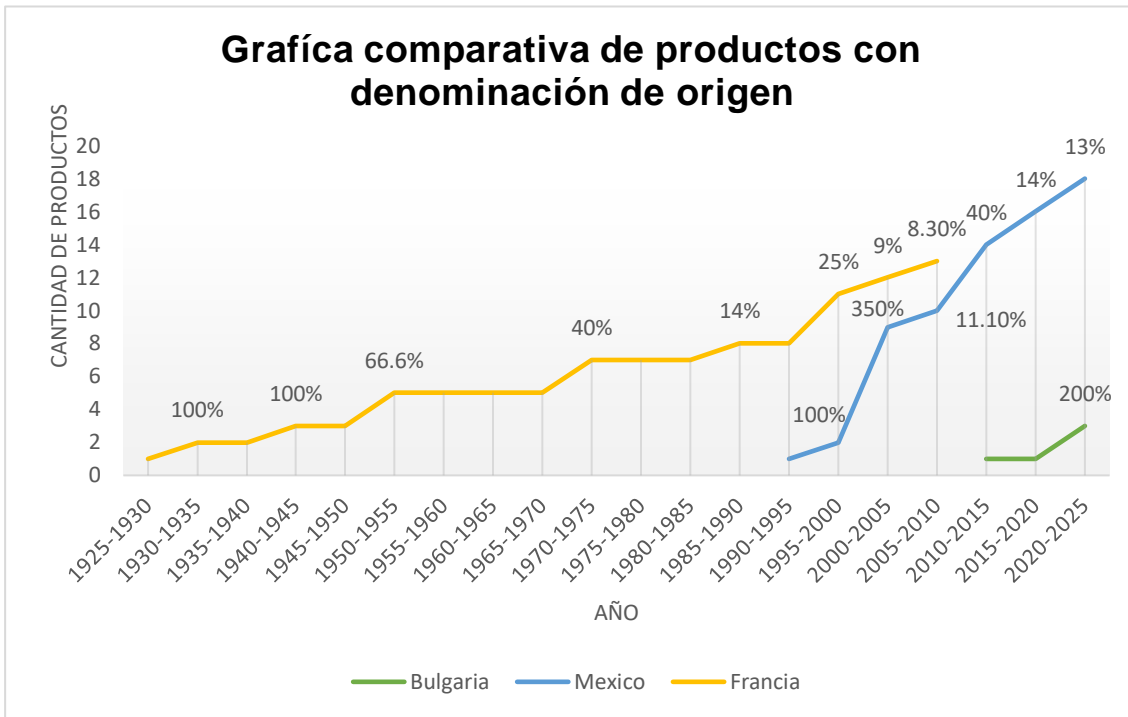
*Crecimiento de los productos de denominación de origen de México de 1994 a 2022*



*Nota.* El grafico representa el crecimiento lineal respecto a productos de denominación de origen dentro de México, denotando el número de productos y periodos de tiempo.

**Figura 6**

Comparación del crecimiento de productos con denominación de origen de Bulgaria, México y Francia de 1925 a 2023



Nota. EL grafico muestra una comparativa entre el crecimiento lineal de productos con denominación de origen entre Bulgaria, México y Francia.

## Tablas de contenido:

### Tabla 1

#### *Productos con denominación de origen de México*

Producto	Estado	Año
Mezcal	Oaxaca	1994
Talavera	Puebla y Tlaxcala	1998
Bacanora	Sonora	2000
Café de Veracruz	Veracruz	2002
Sotol	Chihuahua, Coahuila, Durango	2002
Ámbar	Chiapas	2003
Café de Chiapas	Chiapas	2003
Mango Ataulfo del Soconusco	Chiapas	2003
Charanda	Michoacán	2003
Vainilla de Papantla	Veracruz	2009
Chile Habanero	Yucatán	2010
Arroz	Morelos	2012
Chile de árbol de Yahualica	Jalisco	2014
Tequila	Jalisco	2014
Cacao de Grijalba	Tabasco	2016
Raicilla	Jalisco	2019
Madera de Olinalá	Guerrero	2022
Café pluma	Oaxaca	2022

---

**Tabla 2**

*Productos con denominación de origen de Francia*

Producto	Año
Queso Roquefort	1925
Vino Bordeaux	1935
Champagne	1941
Vino Coteaux de l'aubance	1950
Queso Comté	1952
Queso Fourme d'Ambert	1972
Queso bleu des causses	1975
Queso Sainte- Maure de Touraine	1990
Queso Brie	1996
Queso Munster	1996
Queso tome	1996
Pimiento Espelette	2002

#### Descripción de la Figura 1

El hecho de que haya habido un crecimiento exponencial en el registro con denominación de origen en México demuestra como aumenta su competitividad nacional e internacional; impactando directamente en el producto interno bruto de los tres países.

El hecho de un producto empiece a gozar del término del denominación de origen hace que aumente su fortaleza en los 4 apartados de la mezcla del máquetin así básicamente dicho producto obtiene una exclusividad, primero en cuanto a su calidad como producto y su marca, porque la denominación de origen da exclusividad, también en cuanto al precio porque al obtener esa etiqueta los productores que cumplen con los requisitos tienen la oportunidad de poner un precio más alto a su producto y también obtener una remuneración económica y ganancia más alta, se observa una exclusividad el tercer apartado de la mezcla del máquetin que es la distribución porque al poder ser producidos nada más en una cierta región los productos se vuelven más exclusivos en cuanto a su transportación y distribución

---



Dicho lo anterior está afectado el cuarto el apartado de la mezcla del máquetin que es la promoción porque la etiqueta de “denominación de origen” da como garantía la calidad del producto que porta el sello, lo que se refleja en la rentabilidad económica del producto y para el país.

**Tabla 3**

*Crecimiento Porcentual de los Productos con denominación de origen Francia*

AÑOS	Porcentaje de crecimiento
1925-1930	100%
1935-1940	100%
1945-1950	66.60%
1955-1970	40%
1975-1985	14%
1990-1995	25%
2000-2005	9%

**Tabla 4**

*Crecimiento Porcentual de los Productos con denominación de origen México*

AÑOS	Porcentaje de crecimiento
1990-1995	100%
1995-2005	350%
2005-2010	11.10%
2010-2015	40%
2015-2020	14%
2020-2023	13%

Bulgaria tuvo un crecimiento del 200% partiendo del año 2010 a la actual fecha 2023.

---

Considerando los resultados obtenidos por la metodología de análisis estadístico de los datos empleados para la elaboración de los distintos gráficos observamos que los tres países tienen un incremento lineal en cuanto a sus productos con denominación de origen, Francia desde 1925 ha estado aumentando su número considerablemente pero podemos observar un crecimiento que si bien no dejan de tener productos con denominación de origen nuevos, son menos los que hay por cada periodo de tiempo, mientras que por otro lado esta México el cual llegó un tiempo después de Francia pero que no se ha quedado atrás en los productos con denominación de origen partiendo desde 1990 hasta la actualidad 2023 cuenta con 18 productos ya registrados, productos que dejan ver siempre han estado en aumento constantemente a través de los periodos de tiempo marcando un ritmo acelerado en un lapso de tiempo más corto que Francia, esto podría verse como un indicativo de predicción el cual dictaría que México tendrá un crecimiento en cuanto a cantidad de productos con denominación de origen se refiere, hablando de Bulgaria es un país que apenas está empezando en este mundo, partiendo desde 2010 a la actualidad solo cuenta con 3 productos que por sí solos no representan un gran porcentaje pero si lo comparamos con los demás productos de los demás países en sus inicios se podría decir que a futuro tendrá un crecimiento lineal llegando incluso a una media de 9 productos con denominación de origen.

## 5. Conclusiones

Los estudios sobre competitividad sistémica son considerados relevantes porque permiten conocer cómo factores exógenos y endógenos en las organizaciones inciden sobre el desarrollo de las mismas.

El caso particular de la competitividad a nivel micro o empresarial, derivada del concepto de denominación de origen, permite tener un conocimiento específico de las actividades que desarrolla la empresa en diversas áreas. Este tipo de competitividad puede considerarse como el más importante debido a que es la misma empresa la que tiene el control directo sobre las variables que le permiten desarrollarse y afianzarse en el mercado.

Finalmente, es imprescindible que las empresas hagan del tema de la competitividad un referente para ellas si desean realmente ser competitivas a escala nacional e internacional, más al momento de ofrecer un producto de importancia internacional como los que tienen denominación de origen. Es importante que las empresas generen un cambio en su cultura empresarial, pensar en el gobierno corporativo en lugar de la empresa tradicional como mecanismo para profesionalizar todas las áreas que integran una organización.

La denominación de origen ampliamente favorece a las áreas geográficas que encuadran a cada producto, lo que propicia el desarrollo regional y facilita las actividades de intercambio. Bulgaria, Francia y México son ejemplo de este modelo.

---

## Referencias

- Abdel, G. y Romo, D. (2004). *Sobre el concepto de competitividad*. Documentos de trabajo en estudios de competitividad. México: Centro de Estudios de Competitividad, ITAM.
- Aragón, A., Rubio, A., Serna A. y Chablé, J. , (2010). Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPyMEs de Tabasco. *Revista Investigación y Ciencia*, (47), 4-12.
- Belletti, G., & Marescotti, A. (2011). Origin products, geographical indications and rural development. In *Labels of Origin for Food: Local Development, Global Recognition* (pp. 75–91). <https://doi.org/10.1079/9781845933524.0075>
- Berumen, S. (2006). Una aproximación a los indicadores de la competitividad local y factores de la producción. *Cuadernos de Administración*, 19(31), 145-163.
- Estrada, R., García, D. y Sánchez, V. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la pyme: Estudio empírico en México. Recuperado de <http://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/handle/123456789/11552>
- European Commission. (2021). Study on Economic Value of EU Quality Schemes, Geographical Indications (GIs) and Traditional Specialities Guaranteed (TSGs). In Publications Office of the European Union, Directorate-General for Agriculture and Rural Development (Issue October).
- Freitas, S., & Del Canto, C. (2014). Territorial development, governance and protected designation of origin: Case study of the “P.D.O.s.” Méntrida, Mondéjar and Uclés. *Anales de Geografía de La Universidad Complutense*, 34(2)(1), 65–95. <https://doi.org/10.5209/AGUC>
- Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (s/f). Gob.mx. Recuperado el 1 de septiembre de 2023, de <https://www.gob.mx/impi>.
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13(2), 158-184.
- Lisboa - Sistema internacional para el registro de las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas. (s/f). Wipo.int. Recuperado el 1 de septiembre de 2023, de <https://www.wipo.int/lisbon/es/>.
- Mesić, Ž., Božić, M., & Cerjak, M. (2017). The impact of geographical indications on the competitiveness of traditional agri-food products. *Journal of Central European Agriculture*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.5513/JCEA01/18.1.1859>
- Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires, Argentina: Javier Vergara.
- ProMéxico. (2013). Pymes, eslabón fundamental para el crecimiento en México. Recuperado de <http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>
- Rincón, I., Arango, L., & Torres, O. (2016). *Metodología De Análisis Envolvente De Datos (Dea), Procesos Administrativos Y Operacionales De Las Políticas Gubernamentales En Los Países Latinoamericanos*. Tlatemoani, 22, 63–89.
-

SAINZ, H. (2000). "La actitud de los consumidores ante los vinos con Denominación de Origen", *Distribución y Consumo*, 55 (Diciembre-Enero): 105- 131.

Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Revista Ciencia y Sociedad*, XXXI(2), 179-198. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>

World Economic Forum. (2023). The global competitiveness report 2021-2022. Geneva, Suiza: Autor.

Защитено наименование за произход „Българско бяло саламурено сирене“. (s/f). Government.bg. Recuperado el 1 de septiembre de 2023, de <https://www.mzh.government.bg/bg/press-center/novini/zashiteno-naimenovanie-za-proizhod-blgarsko-byalo-/>.

---