

Recibido: 20/04/2017 Aceptado: 31/05/2017 Publicado: 30/06/2017

# Significado y utilidad de la Denominación de Origen Protegida -DOP- para los productores de loza del Carmen de Viboral<sup>1</sup>

## The meaning and utility of the Designation of Protected Origin – DPO – for the crockery producers of El Carmen De Viboral

Estefanía Molano Pineda, Juliana Rico López,  
Ana María Tobón Palacio, Tatiana Arbeláez Arango  
Esteban Rendón Rincón, Cristian Correa Cadavid  
Alejandro Jiménez Osorio, Santiago González  
Silvia Liliana Ceballos Ramirez

Universidad Católica de Oriente, Colombia

**Forma de citar este artículo en APA:** Molano Pineda, E., Rico López, J., Tobón Palacio, A. M., Arbeláez Arango, T., Rendón Rincón, E., Correa Cadavid, C., Jiménez Osorio, A., González, S & Ceballos Ramírez, S. L. (Julio – Diciembre, 2017). Significado y utilidad de la denominación de Origen Protegida –DOP- para los productores de la loza del Carmen de Viboral. *Revista Science Of Human Action*, 2(2), 191-206.

<sup>1</sup> El artículo es resultado del proyecto de investigación Denominación de Origen Privada – DOP–Indicación Geográfica Protegida – IGP–, Especialidad Tradicional Garantizada – ETG; perteneciente al Semillero GRINCOMEX, coordinado por la profesora Silvia Liliana Ceballos R – lceballos@uco.edu.co, del Grupo de Investigación de Comercio Exterior, del Programa de Comercio Exterior – Universidad Católica de Oriente, Antioquia.

Estefanía Molano Pineda, Juliana Rico López, Ana María Tobón Palacio, Tatiana Arbeláez Arango, Esteban Rendón Rincón, Cristian Correa Cadavid, Alejandro Jiménez Osorio, Santiago Gonzalez. Estudiantes del Programa de Comercio Exterior – Universidad Católica de Oriente.

Germán Arciniegas, en una visita al Carmen de Viboral dejó escrito el siguiente concepto: Del Barro del Carmen va a nacer y a renacer el arte colombiano, suma de la tradición indígena, de la tradición española y de los anhelos americanos. Vasijas del Carmen...vasijas de américa; barro de Colombia, sustancia espiritual de nuestra vida (citada en Agudelo, 2013, p.1).

## Resumen

Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), una indicación geográfica (IG) es un signo utilizado para designar el origen concreto de los productos que tienen unas cualidades o una reputación derivadas de su lugar de origen. El Carmen de Viboral es reconocido por la fabricación de la loza, en el 2012 obtiene la Denominación de Origen Protegida–DOP- para estos productos de la Superintendencia, validándolo como un producto autóctono y que ha adquirido reputación por su tradición. El objetivo de este artículo es conocer los beneficios percibidos por los productores de loza del Carmen de Viboral al contar con este certificado. La investigación es de corte descriptivo, las fuentes primarias fueron el grupo de personas que gestionaron el DOP, se realizaron entrevistas a los productores de cerámicas del municipio, los resultados se analizaron y se triangularon con la información obtenida en el marco teórico. El estudio muestra cómo APROLOZA<sup>2</sup>, con el apoyo de Artesanías de Colombia tramitaron el documento que permite mantener la tradición ancestral, obtener reconocimiento en los mercados internacionales y aportar a la construcción de identidad territorial entorno a la cerámica.

## Palabras Clave:

Indicación geográfica; Denominación; Origen; Certificado; Loza.

## Abstract

According to the World Intellectual Property Organization (OMPI), a Geographic indication (GI) is a sign used to designate the specific origin of products having qualities or a reputation derived from its place of origin. El Carmen de Viboral is recognized for traditional manufacturing of ceramics, in 2012 they obtained recognition from the Superintendence of Private Origin Denomination for these products, which validates their reputation that it has acquired. The purpose of this article is to recognize the benefits obtained by Ceramic producers of El Carmen de Viboral by having this Certificate. The research has a descriptive framework, the primary sources were the group of people who managed the DPO, surveys were conducted to producers of ceramics of the town, and the results were analyzed and triangulated with information obtained in the theoretical framework. The study shows, how APROZOLA (Asociación de Productores de Loza del Carmen de Viboral), with the support of Colombian Crafts, that helped processed the document which enables the ceramic producers of Carmen de Viboral keep the ancient tradition, gaining recognition in international markets and contribute to the construction of territorial identity on ceramics.

## Keywords:

Geographic indication; Denomination; Origin; Certificate; crockery.

---

<sup>2</sup> APROLOZA: Asociación de Productores de Loza del Carmen de Viboral.

# Introducción

El municipio del Carmen de Viboral está localizado en la subregión del Oriente antioqueño, es uno de los pueblos artesanales más reconocidos en el territorio colombiano. Allí es tradicional la elaboración de vajillas, tazas, platos, pocillos, floreros, jardineras, materas, adornos, ensaladeras, saleros, candeleros, entre otros. La historia de la loza en el Carmen de Viboral se remonta a 1889, cuando el señor Eliseo Pareja al llegar a este municipio, descubre la riqueza en feldespato, cuarzo y minerales necesarios para la fabricación de piezas de cerámica, convirtiéndose en el fundador de la primera fábrica y forjador de esta tradición. Con el correr de los años se establecen fábricas y talleres que le dan vida a las piezas de cerámica cuya técnica de barro blanco cosido y esmaltado con decoración floral a mano que permite diferenciarse de productos similares.

La cerámica se ha convertido en un medio de subsistencia, por encima de la agricultura, además es un eje dinamizador del municipio; como dice la antropóloga María Teresa Arcila:

La cerámica ha sido la actividad que mayor auge económico, tecnológico y comercial llegó a alcanzar en la región, donde con mayor éxito los artesanos lograron desarrollar su saber colectivo, reflejar sus valores culturales y expresar su identidad, donde presenta un proceso histórico de gran riqueza prácticamente inexplorada (citada en Agudelo, 2013, p.1).

Un grupo de artesanos y líderes del municipio para mantener la tradición artesanal, emprenden la búsqueda de la Denominación de Origen Protegido– DOP- con el acompañamiento de Artesanías de Colombia, a fin de obtener la protección y cobertura jurídica de este legado y cumplir con los requisitos exigidos por la Superintendencia de Industria y Comercio – SIC-. Este trabajo se vio materializado con la Resolución 71791 de 12 de diciembre de 2011. Las empresas más representativas son cerámicas: Renacer, Dos pirámides, Esmaltarte y Rampini<sup>3</sup>.

Las indicaciones geográficas proporcionan al consumidor información sobre el origen del producto, calidad, reputación y características diferenciadoras asociadas a un lugar de origen, con el fin de diferenciar el producto y obtener mejores retribuciones económicas. De acuerdo a la Organización Mundial del Comercio – OMC- (2008), su función es ayudar a los consumidores a distinguir entre productos originarios de una determinada región y productos similares procedentes de otra región; salvaguardando las expectativas del consumidor que

<sup>3</sup> Rampini es una empresa con inversión extranjera italiana, que buscan adoptar el proceso de elaboración que se practica en el Carmen.

asocian determinadas características de un producto con su origen geográfico. Esto ante la necesidad de incorporar temas de propiedad intelectual en procesos de negociación de acuerdos comerciales que comienzan a tomar relevancia.

## 1. **Fundamento teórico**

La certificación de un producto<sup>4</sup> es la validación de una entidad independiente, de sus propiedades y características por estar acuerdo con las normas y especificaciones técnicas que se le aplican. En este tipo de certificaciones se pueden agrupar las marcas de conformidad o certificados de calidad de productos, denominaciones de origen y similares, especialidades tradicionales, marcas de garantía, certificados de proyectos de investigación y desarrollo (Miranda, 2004).

La denominación de productos agroalimentarios con el nombre de su lugar de producción en la distribución y venta es una práctica tan antigua como la existencia de los mercados en los que se realizaban las transacciones. Esto les confería un valor especial, al reconocerles cualidades únicas ya fuera por las características naturales, climatológicas de la zona, sistemas tradicionales de cultivo, crianza o transformación. Dado que estos factores otorgan rasgos distintivos propios de los productos y determinan su calidad (Cambra, 2008).

Las Denominación de Origen Protegida \_DOP y similares se encargan de certificar la calidad y procedencia de un producto cuyo método de producción y elaboración esta culturalmente arraigado en una región. Según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual –OMPI<sup>5</sup>-, una indicación geográfica –IG- es un signo utilizado para los productos que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades o una reputación derivadas, específicamente, de su lugar de origen (Paz, 2009). La necesidad de protección proviene del reconocimiento y reputación que estos productos han adquirido a lo largo de la historia. Se pueden diferenciar los siguientes términos:

### 1.1. **Denominación de Origen Protegida (DOP):**

nombre de una región, de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país que se emplea para designar un producto agrícola o alimenticio de dicho lugar, con una calidad o unas características singulares al medio geográfico con sus factores naturales y humanos en el que se realiza la producción, transformación y elaboración (SIC, 2014).

<sup>4</sup> Incluye tanto los bienes materiales como los servicios

<sup>5</sup> En virtud del artículo 22.1 del acuerdo ADPIC firmado en 1994 por 150 estados miembros de la Organización Mundial del Comercio – OMC-

Las designaciones geográficas surgen con el vino y el aceite de oliva, por la sensibilidad de la uva y del olivo frente a cambios de los factores naturales. De hecho, desde la antigüedad los vinos eran identificados por su lugar de origen. Hay incluso referencias en la Biblia a los de Angaddi y Baal-Hammon o los de Samos, Creta y Thasos, en Grecia (Granados, 2004). Sin embargo, se ubica la primera denominación de origen protegida en el siglo XVII en Francia. El 31 de agosto de 1666, el parlamento de Toulouse decreta que “sólo los habitantes de Roquefort tienen la exclusividad del curado del producto. Sólo existe un Roquefort, y es el que se cura en Roquefort desde tiempos inmemoriales en las cuevas de este pueblo” (Gancedo y Vega, 2009, p.52).

## 1.2. Indicación Geográfica Protegida (IGP):

Nombre de una región o de un lugar determinado o, en casos excepcionales, de un país que se emplea para designar un producto agrícola o alimenticio de dicho lugar y que posee una reputación que pueda atribuirse a dicho origen geográfico, en el que se habrá realizado al menos la producción, transformación o elaboración (OMC, 2008). Aunque ambas definiciones son similares, sólo es posible una Denominación de Origen Protegida–DOP, cuando todas las fases de la producción se realizan en la zona geográfica delimitada y las características del producto deben depender exclusiva o esencialmente de su origen geográfico. En contraste, para que una denominación merezca la indicación IGP, al menos una de las fases de la producción debe realizarse en dicha zona y el vínculo con la misma debe justificarse porque alguna cualidad específica del producto está relacionada con esa zona geográfica.

## 1.3. Especialidad Tradicional Garantizada (ETG):

Productos agrícolas o alimenticios con características específicas, que se distinguen de otros productos similares pertenecientes a la misma categoría, bien por haber sido producidos a partir de materias primas tradicionales, o bien por presentar una composición tradicional o un modo de producción y/o transformación tradicional (Reglamento CE N° 509, 2006).

Según Emilio Barco Royo (2007), las denominaciones de Origen se convierten en una estrategia colectiva de diferenciación, ya que:

- ▶ Ofrecen al consumidor un valor superior al de otras alternativas, sea por el costo o porque proporciona mayor satisfacción
- ▶ No son imitables con facilidad
- ▶ Son económicamente viables, para los agentes que participan en ella
- ▶ Tienen reconocimiento internacional

Contar con Denominación de Origen Protegida- DOP se convierte así en una alternativa para la conquista de mercados, ya que establece lazos de confianza con los compradores al ofrecer una garantía de calidad, facilitar su identificación y asegurar una competencia justa. Además permite la valorización de un producto específico, al ser portador de identidad cultural y viajar a mercados lejanos, sin perder el vínculo con sus raíces (Acampora y Fonte, 2012). Igualmente ayuda a la mercantilización de la cultura local, la “encapsulación”<sup>6</sup> del territorio en un producto, que puede ser comercializado directamente y usado en la promoción del territorio; esto se puede referir no solo a los productos alimentarios típicos, sino también a la artesanía (Kneafsey, Ilbery y Jenkins, 2001).

La aparición de la cerámica se da durante el periodo neolítico, alrededor del año 6.400 antes de nuestra era. Se trataba de una cerámica muy rudimentaria hecha a mano que imitaba la cestería. Durante la edad de los metales aparecieron los cuencos y ollas ovoides y campaniformes. Su decoración consistía en las huellas de los dedos durante su confección. En esta época se descubrió que el barro perdía su plasticidad cuando se sometía al fuego y para su decoración se emplearon distintas tierras coloreada (Todacultura, 2016). En Colombia, aparece hace aproximadamente 4.875 años en el período arcaico de agricultura incipiente. Se destaca la decoración de la cerámica de las culturas: Agustiniana, Tierradentro, Quimbaya y Chibcha, entre otros.

Actualmente, Colombia cuenta con 21 productos que ostentan Denominación de Origen Protegida- DOP; entre ellos están los alimentos, artesanías y manufacturas típicas. A continuación en el cuadro 1, se encuentran los productos cerámicos del país que tienen esta garantía de calidad y diferenciación.

Cuadro 1. Cerámicas con DOP en Colombia

Producto	Certifica
<b>La cerámica artesanal de ráquira</b>	Productos artesanales del municipio de ráquira, ubicado en el departamento de boyacá.  Dichas artesanías se elaboran a partir de arcillas, arena y carbón mineral extraídos en la zona. Entre las artesanías se encuentran figuras antropomorfas, lozas, utensilios de cocina, materas y cerámica decorativa.
<b>Cerámica del carmen de viboral</b>	Las vajillas en cerámica y otros objetos decorativos elaborados en el municipio antioqueño. Estos productos artesanales se destacan por las decoraciones a mano que son mundialmente reconocidas

Fuente: elaboración propia a partir de la información encontrada en el manual de denominación de origen – SIC-

En el cuadro 2, se encuentran descritos brevemente dos tipos de cerámica que se desarrolla en Centro América y poseen una Denominación de Origen Protegida -DOP:

6 Término usado en 1998 por Debrai Ray, profesor de Economía de la Universidad de Boston, para designar que un producto, puede ser usado para promocionar un territorio.

Cuadro 2. Cerámica de México y Costa Rica con DOP

Producto	Características
cerámica de Talavera o vidriada	<p><b>País:</b> México</p> <p><b>Lugares donde se produce:</b> Puebla, Guanajuato, Aguas Calientes, Hidalgo, Tlaxcala.</p> <p><b>Descripción:</b> la cerámica se elabora por la sinterización de una mezcla de barro negro y blanco, recubierto de una capa de esmalte compuesta de plomo, estaño y arena sílica. Los colores con los que se decora son de origen natural. Se funden a altas temperaturas; el esmalte tiene un color castaño claro o cenizo y los colores pulverizados son seis (azul cobalto, azul fino, amarillo, verde limón, colorado y rosa rico).</p> <p><b>El DOP,</b> es obtenido por el modo de producción, ligada a una tradición de más de 400 años (Tolentino y Rosales, 2011)</p>
Cerámica de Chorotega	<p><b>País:</b> Costa Rica</p> <p><b>Comunidades Productoras:</b> Guaitil y San Vicente (Guanacaste).</p> <p><b>Descripción:</b> El DOP, es obtenido porque la producción alfarera data de hace mil años, los yacimientos de arcillas, que contienen arena de iguana y pigmentos naturales (curioles); estos elementos se hallan únicamente en dicho territorio y se ha transmitido el proceso de producción de generación en generación (CADENAGRO, 2011).</p>

Fuente: elaboración propia a partir de la información encontrada.

#### 1.4. DOP de la loza del Carmen de Viboral

El Carmen de Viboral es conocido como la cuna de la cerámica artesanal, pues el lugar es epicentro de la creación de fábricas cerámicas desde los inicios del siglo XX y esta situación ha hecho que muchas de ellas pervivan en el tiempo, se transformen y surjan nuevas que mantienen dicha tradición (Mi Oriente, 2013). La permanencia ha permitido que las piezas cerámicas producidas en esta región tengan un reconocimiento a nivel nacional e internacional.

En las empresas de cerámica, se emplea el proceso productivo de decantación, triturado, mezcla, amasado, moldeado, forjado, colado o vaciado, secado, estuchada, primera cocción o quema del bizcocho, decoración, esmaltada, segunda cocción o quema del esmalte, control de calidad, empaque y estiba. En un principio, para la decoración se utilizaron esponjas de mar a manera de sellos. Los trozos de esponja eran remojados en el color para estampar directamente sobre las piezas. Posteriormente, el uso de estas esponjas se amplió y comenzaron a utilizarlas a modo de pincel. Un movimiento de la esponja bastaba para que en la superficie de la loza brotara un botón, un pétalo, un tallo o una rama. La primera técnica empleada para la decoración fue el molde de cartón o cartulina, hecho en papel delgado, que contenía flores de diferentes formas y se rellenaban con pintura, otros diseños provenían de la imaginación de los artesanos. Por último, se generalizó el uso de los pinceles que permitían mayor libertad a las decoradoras para innovar y crear nuevos diseños. La loza de El

Carmen de Viboral se caracterizaba por la constante representación de una multiplicidad de flores que con sus trazos y colores hacen de loza de este municipio una pieza inimitable (Fondo Mixto de Promoción y Cultura, 1993).

La idea de conseguir el DOP<sup>7</sup> surge de un grupo de trabajo liderado por el instituto de cultura y la asociación de productores del Carmen de Viboral, que querían que la loza tuviera un valor que lo diferenciara, como lo tiene la cerámica de Ráquira. Para solicitar el Denominación de Origen Protegida -DOP este grupo debía demostrar el legítimo interés como productores que el nombre del Carmen está asociado a la loza, que su producción contaba con las cualidades, reputación, tradición y condiciones que lo hacían especiales. Además indicar elementos culturales, naturales y humanos que inciden en dicho proceso y una clara justificación que explicaba el vínculo entre el lugar geográfico y la reputación del producto. O Pabón (comunicación personal el 17 de junio de 2015), cuenta que este grupo, apoyados por la SIC y de Artesanías de Colombia hicieron el estudio, análisis y visitas a talleres, dándose cuenta que la loza del Carmen cumplía con los requisitos para obtener esta certificación, ya que el producto es originaria del municipio, la forma para elaborarlo es única en el país, su decoración es a mano, la elaboración de la fórmula para hacer la pasta ha pasado de generación en generación y, aunque hoy en día se han tecnificado, antes era totalmente rudimentario. Al momento de hacer la petición de denominación de origen, la asociación era una mezcla de varios oficios y tipos de artesanías, así surge, la necesidad de establecer una Asociación de Productores de Loza – APROLOZA-

Foto 1. Loza del Carmen de Viboral



Fuente: Foto tomada en el trabajo de campo.

<sup>7</sup> Esta información se consiguió al hacer una entrevista a la Señora Olimpia Pabón, gestora del proceso de Denominación de Origen y representante legal de APROLOZA. La entrevista se realizó en agosto de 2015, en la empresa en el Carmen de Viboral.

En el cuadro 3, se encuentra los elementos que tuvo en cuenta la SIC para otorgar la Denominación de Origen Privada – DOP- a la loza del Carmen de Viboral.

Cuadro 3. Elementos constitutivos para el DOP de la Loza del Carmen de Viboral

Producto	Cerámica artesanal del Carmen de Viboral
<b>País- Región</b>	Colombia Departamento de Antioquia Municipio el Carmen de Viboral
<b>Especificaciones</b>	Porcelana y loza de uso doméstico y culinario; porcelana y loza no comprendidos en otras clases.
<b>Características generales</b>	La artesanía de loza constituye una actividad económica del Carmen, con una estructura compuesta principalmente por pequeños productores artesanales y talleres de producción. Libres de basuras, sin huellas del pulido, homogéneas en el color, sin diferencias de color entre las piezas. Decorada con motivos florales, con pinceladas cortas, largas, espontaneas que conforman algunas de las composiciones emblemáticas de la artesanía del municipio.
<b>Qué se analizó</b>	a. Estudio sobre cumplimiento de requisitos técnicos del producto para aplicar a la figura de protección, por parte de entidades del mismo sector productor. b. Reputación, calidad, características esenciales y zona geográfica. c. Descripción del proceso de producción, elaboración o extracción, o del método de obtención con indicación de las características generales y especiales. d. Los factores que acrediten los vínculos entre el producto y el territorio (factores naturales y humanos, socioculturales e históricos).
<b>Materia prima</b>	La pasta está compuesta por arcilla, caolín, cuarzo, feldespato, carbonato de calcio, silicato de sodio, y agua, obtenidas en la zona geográfica delimitada, que sigue un proceso en el cual se llevan a un tambor de bolas para ser molidos y homogenizados. El tiempo de molienda es de unas 35 a 40 horas.
<b>Proceso de producción</b>	La cerámica del Carmen de Viboral es fabricada con pasta de cerámica mediante procesos de vaciado y torno de tarraja principalmente. Elaboración de esmaltes, pintada a mano y con una base blanca calcina o fritada. Bizcochado y esmalte (Proceso requiere doble cocción) Acabado, decoración y empaque.
<b>Producto y territorio</b>	Caracterización de suelo (microbiología), Rescate de conocimientos locales y tradicionales de producción, acabo y decoración del producto
<b>Estudio y sondeo de afinidad</b>	Las variables con que asocian o identifican los consumidores el producto o diseños: motivos florales, monocromáticos y colores mixtos, pinceladas largas cortas, delgadas y gruesas. Nivel de conocimiento acerca de su origen y producción en diferentes partes del mundo o región, el interés en certificar el origen y procedencia.
<b>Resultados generales sobre el estudio realizados para DOP</b>	Cerámica de tradición rural dirigida a la satisfacción de necesidades del campesinado.
<b>Solicitante</b>	Alcaldía del Municipio del Carmen de Viboral
<b>Declaración</b>	Resolución 71791 de 12 de diciembre de 2011

Fuente: elaboración propia a partir de información encontrada en la página de la SIC – (2015).

El Denominación de Origen Protegida -DOP es un reconocimiento que hace la SIC a los fabricantes de loza del Carmen como consecuencia de la petición que estos hicieron y que cumplían con las condiciones exigidas por la ley para obtenerlo. Esta protección otorga el derecho de uso exclusivo de la denominación y, en consecuencia, la posibilidad de ejercer control sobre ella. Este documento solo ampara a los productos de loza

y que están derivados de los factores geográficos, naturales y humanos de los cuales se derivan la reputación, historia y tradición. La vigencia de la declaración no está limitada en el tiempo, depende de la subsistencia de las condiciones que dieron lugar a la protección (SIC, 2013).

Las ventajas que se obtienen al tener un Denominación de Origen Protegida- DOP son:

- ▶ Ocupar un lugar especial en el mercado, ya que se dirige a un nicho específico de personas que están dispuestas a pagar más.
- ▶ Menor esfuerzo publicitario, ya que este documento por sí solo, se convierte en un motivador para algunas personas para adquirirlo.
- ▶ Por el posicionamiento de los productos, se incrementa la actividad económica, el turismo y desarrollo de la región.
- ▶ Mejora la percepción de los consumidores mediante la indicación de calidad, se relaciona la reputación y características de los productos y la procedencia geográfica.
- ▶ Derecho de uso exclusivo a los productores que cumplan con los procedimientos de producción de la región.
- ▶ Crean posibilidades de ingreso a diferentes mercados por medio de la diferenciación y creación de valor,
- ▶ Ayudan a conservar las manifestaciones culturales locales.
- ▶ Atrae inversión ya que los productos proporcionan seguridad jurídica.

Para un comprador, la Denominación de Origen Protegida le permite relacionar el origen y la calidad del producto, para proteger ese vínculo y garantizar que se está adquiriendo algo genuino. La SIC expidió la resolución 57530 del 28 de octubre de 2012, que en conformidad con los principios del Estatuto de Protección al Consumidor contenido en la ley 1480 de 2011, para garantizar el adecuado uso de las Denominaciones de Origen Protegidas –DOP- en el mercado adoptará el sello oficial como un instrumento que resalte la calidad como factor de competitividad y posicionamiento imprescindible, pero muy especialmente como un elemento que minimice los riesgos de engaño o confusión por parte del consumidor y genere confianza. El sello solo podrá ser utilizado por quienes tengan la autorización por la autoridad nacional para usarlos<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> En este momento, APROLOZA se encuentra gestionando este diferenciador.

## 2. Metodología

La metodología que se utilizó fue el estudio de caso, cuyos resultados son aplicables solo en este caso específico; pero permiten obtener una percepción más completa del tema que se estudia, considerándolo como una unidad holística, cuyos atributos se pueden entender en su totalidad solamente en el momento en que se examinan todos los demás de manera simultánea, es decir, estudiar al objeto como un todo. (Yin, 1984).

Para hacer la investigación se diseñó el caso en el que se deben unir los datos a ser recolectados con las preguntas iniciales de estudio (Yin, 1984, p. 27). Las preguntas que se hicieron fueron de tipo exploratorio: ¿Cómo surgió la necesidad de conseguir un DOP?, ¿Cuál es el conocimiento del DOP?, ¿cuál fue el procedimiento?, ¿Qué dificultades se les presentaron?, ¿Qué beneficios perciben con la obtención del DOP?, ¿cuál es el comportamiento de las ventas desde la obtención del DOP?, ¿contar con un DOP ha abierto mercados internacionales?, ¿Qué cosas deben tener en cuenta las asociaciones que desean obtener un DOP?, ¿Exporta?, ¿ha recibido ayudas gubernamentales?. Luego se determinó la proposición que debe ser examinada dentro del alcance del estudio (Yin, 1984, p. 30). Con este estudio se buscó obtener información relevante sobre el significado y utilidad percibida por los productores de la Loza en el Carmen de Viboral. Las unidades de análisis fueron los productores socios de APROLOZA, como son tan pocos, se realizó un censo. El análisis fue de corte cualitativo, para las preguntas relacionadas con la percepción que estos tienen sobre el DOP y, de corte cuantitativo, las preguntas de tiempo y conocimiento del DOP. Como fuentes primarias se estableció contacto con la Sra. Olimpia Pabón, quien ha estado en el proceso de consecución del certificado y es la representante legal de la asociación. Las fuentes secundarias utilizadas fueron obtenidas de libros, revistas e internet.

## 3. Resultados y/o hallazgos

A continuación, en el cuadro 4 se encuentran descritas las personas que se encuentran asociados a APROLOZA.

Cuadro 4. Miembros de APROLOZA

<b>PRODUCTORES</b>	Renacer
	La Nacional
	Esmaltarte
	El Dorado
	Horno Mágico
<b>PERSONAS DE LA CADENA</b>	Maritza Cardona (Decoradora)
	Olimpia Pabón (Representante legal)
	Juan Fernando Agudelo (Director comercial – Renacer)
<b>EMPRESAS QUE APOYAN</b>	5 Gerentes de empresas productoras
	Rampini- aporta económicamente, pero no se ve beneficiado por el DOP

Fuente: elaboración propia a partir de información dada por la Sra. Olimpia Tobón.

Para la documentación del caso se trabajó con los seis productores de loza. Los cuales se dedican a la fabricación de vajillas y cerámica de hogar; estos llevan muchos años realizando la actividad. Entre los entrevistados, el que más tiempo lleva es de 55 años, seguido por el que lleva 31 años, el tercero lleva 25 años, el cuarto lleva 15, el quinto lleva 8 años y el de menor tiempo de antigüedad en el gremio es de 2 años. Lo anterior muestra que los artesanos entrevistados llevan una gran trayectoria en el mercado local, se dedican cada día a la elaboración de la cerámica y no desarrollan otras actividades para generar otros ingresos.

Los seis encuestados, reconocen la importancia de trabajar en grupo; la necesidad de asociarse para que la cerámica del pueblo fuera reconocida, manteniéndose como herencia para las generaciones carmelitanas futuras y poder materializarlo con una Denominación de Origen Protegido -DOP-.

De los productores entrevistados, 3 de ellos (50%) saben qué hace APROLOZA, los 3 restantes (50%) no lo saben. Esto evidencia que no se tiene un conocimiento claro sobre lo que es la agremiación, beneficios, oportunidades que se pueden percibir. Lo que puede generar trabas en el desarrollo de la actividad. Pese a lo anterior, participan en las asambleas y reuniones a que los citan. En la asociación, las actividades se concentran en el presidente, quien generalmente no recibe una retribución. Igualmente, reconocen la necesidad de contratar una persona que sea experto en labores de venta y comercialización de los productos, que les permita aprovechar al máximo la certificación y llegar a otros mercados. Los beneficios que encuentran las personas al ser miembros de APROLOZA son: trabajar en grupo, cumplir objetivos rápidamente, tener mayor respaldo y mantener el DOP.

Cinco (5) fabricantes (83%) de los entrevistados saben qué es la Denominación de Origen Protegida – DOP-, que la loza del Carmen cuenta con esta certificación otorgada por SIC; inclusive lo identifican como un sello que protege la producción, respalda su patrimonio cultural y los protege de la copia de sus productos (protección industrial y derechos de autor). Expresan que hablar de un DOP es hablar de origen, propiedades diferenciadoras, que trabajan por la calidad y saben cómo lo hacen.

Los entrevistados perciben que desde el 2012 se vienen incrementando las ventas, el turismo y los compradores no solicitan rebajas; conocen la calidad y diferenciación que tiene el producto que ofrecen. Solo tres fabricantes (50%) han aumentado su potencial de producción, las otras tres empresas (50%) siguen trabajando con los mismos equipos, instalaciones y recursos. Además, tres de ellos (50%) consideran que el contar con un DOP les ha abierto las puertas a mercados extranjeros, dos (33%) consideran que esto no ha tenido que ver con las exportaciones que se realizan del producto y uno (17%) no sabe. Los principales países demandantes de la loza del Carmen son Estados Unidos, México, Canadá, Italia, España. Los entrevistados, tienen grandes expectativas respecto al incremento en las ventas especialmente en el mercado internacional gracias al DOP que poseen.

En muchas ocasiones los productores introducen mejoras en su proceso productivo, gracias al precio al que ofrecen el producto; reconocen que uno de los rasgos que los diferencia no solo es la calidad de las vajillas que ofrecen; sino el trabajo artesanal y las pinturas manuales que se realizan. Saben que la tecnología es importante y podrían producir mayores cantidades, pero esto restaría el valor y se perdería la esencia la cerámica del pueblo. Los entrevistados saben que requieren mucho dinero para realizar inversiones en tecnología que les permita innovar.

Las empresas entrevistadas, aducen que no han recibido ningún tipo de apoyo para los ceramistas del Carmen y dicen que de los programas de gobierno de los candidatos a la alcaldía ninguno tiene la loza como elemento transformador y generador de cambios positivos en el empleo y en la economía del municipio; aunque se hace una fiesta anual en torno a la loza; no obstante, son pocas las actividades que la potencializan.

Las necesidades que tienen los fabricantes de loza que les permita incrementar su producción y poder cumplir con una demanda creciente son: apoyo y acompañamiento estatal, talleres propios y préstamos adecuados para los ceramistas.

## Conclusiones

En el concepto de Indicaciones geográficas quedan comprendidas las Denominaciones de Origen, estas les muestran a los compradores que la loza procede del municipio del Carmen de Viboral, es un producto arraigado desde la cultura ancestral con materiales propios de la región. Esta denominación puede ser utilizada por los productores cuyos productos cumplan con las cualidades específicas revisadas por el SIC.

Se puede decir que los productores de loza del Carmen de Viboral tienen interiorizado el concepto de una Denominación de Origen Protegida – DOP-; conocen lo que significa y las oportunidades que les abre en diferentes mercados.

Al contar con la Denominación de Origen Protegida – DOP- los productos se pueden ofrecer en cualquier lugar del mundo, dado que tienen un documento que garantiza calidad y tradición. Además, al ofrecerse a un grupo específico de consumidores, el precio mejora notablemente y esto se refleja en la calidad de vida de los artesanos y sus familias, igualmente, favorece la expansión del sector cerámico del municipio en el exterior y fortalece sus raíces, ya que la cerámica es parte de su cultura y de su historia.

Hay que anotar que la Denominación de Origen Protegida-DOP- que posee APROLOZA genera muchas ventajas no solo para los poseedores de la certificación, sino también para la región; pero puede generar una posición de desventaja para aquellos artesanos que no son miembros de la asociación y por eso no pueden ofrecer el producto con dicha certificación; valorizando el producto para unos y excluyendo a otros.

El mercado de la Nostalgia<sup>9</sup> se convierte en una oportunidad para que los carmelitanos que se encuentran en diferentes lugares del mundo por diferentes circunstancias, puedan adquirir la loza tradicional y comenzar a ser embajadores de su cultura en el lugar donde se encuentran.

Las Denominaciones de Origen Protegido – DOP- se convierten en una estrategia de diferenciación mediante la calidad; tendencia que muestra que el consumidor se orienta a adquirir productos donde la calidad prevalece sobre el precio. Así mismo, las artesanías que cuentan con una Denominación de Origen Protegido – DOP- aunque son una competencia directa en el mercado internacional al ofrecer una gama de productos, están muy diferenciadas en cuanto a técnicas, elaboración e historia.

## Conflicto de intereses:

El autor declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

## Referencias

Acampora y Fonte. (2012). *Productos típicos, estrategias de desarrollo rural y conocimiento local*. Recuperado de: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1199/1140>

Agudelo, J. (2013). *La Cerámica de El Carmen: Principios y mediados del siglo XX*. Recuperado de: <http://www.ceramicasrenacer.com/historia/33-la-continental>.

Barco, E. (2007). *Denominaciones de Origen. La incidencia de la localización y deslocalización*. Recuperado de: [http://www.mercasa.es/files/multimedios/1288205986\\_DYC\\_2007\\_96\\_27\\_39.pdf](http://www.mercasa.es/files/multimedios/1288205986_DYC_2007_96_27_39.pdf).

<sup>9</sup> Se entiende por mercado de la Nostalgia al conjunto de mercancías que forman parte de los hábitos de consumo, cultura y tradición de los diferentes pueblos y naciones.

- Betancur, F. (1993). *El Carmen de Viboral 1850 – 1950. Una historia local*. EL Carmen de Viboral, Antioquia: Consejo Municipal .
- CADENAGRO. (2011). *Denominación de Origen de la cerámica de Chorotega*. Recuperado de: [https://www.cadenagro.org/images/.../DO\\_Ceramica\\_Chorotega.pdf](https://www.cadenagro.org/images/.../DO_Ceramica_Chorotega.pdf)
- Cambra, J. y Villafuerte, A. (2008). *Denominaciones de origen e indicaciones geograficas: justificación de su empleo y valoración de su situación actual en España*. Recuperado de: <http://www.publicacionescajamar.es/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/15/15-267.pdf>.
- Congreso de la Republica (2011). *ley 1480 (12 de octubre de 2011). Por la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones*. Recuperado de: [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_1480\\_2011.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html).
- Fondo mixto de Promoción de la Cultura y las artes de Antioquia. (1993). *Proyecto cien años de la cerámica en el Carmen de Viboral* El Carmen de Viboral, Antioquia: Fondo mixto de Promoción de la Cultura y las artes de Antioquia.
- Gancedo, P y Vega S, (2009). *Aprovisionamiento y Restauración*. Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?isbn=8428339775>
- Granados, L. (2004). *Indicaciones geograficas y denominaciones de Origen. Un aporte para su implementación en Costa Rica*. Costa Rica: Consejo Nacional de Producción de Costa Rica.
- Kneafsey, Ilbery y Jenkins. (2001). *Exploring the dimensión of Culture Economies in Rural West Wales*. Recuperado de: [http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00184/epdf?r3\\_referer=wol&tracking\\_action=preview\\_click&show\\_checkout=1&purchase\\_referrer=www.google.com.co&purchase\\_site\\_license=LICENSE\\_DENIED](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00184/epdf?r3_referer=wol&tracking_action=preview_click&show_checkout=1&purchase_referrer=www.google.com.co&purchase_site_license=LICENSE_DENIED).
- Miranda, F; Chamorro, A y Rubio, S (2004). Clarificando el concepto de Certificación. El caso español. Recuperado de: <http://mercado.unex.es/operaciones/descargas/Certificaci%C3%B3n%20en%20Espa%C3%B1a.pdf>.
- Paz, J. (2009). *Indicaciones Geográficas y denominación de Origen en Centro América: situación y perspectivas*. Recuperado de: <http://www.fao.org/fileadmin/templates/olq/documents/costarica/ppp/Martes/Pomaredadoc.pdf>.
- Periódico Mi Oriente. (2013). *El Carmen de Viboral la cuna de la cerámica*. Recuperado de: <http://www.mioriente.com/altiplano/el-carmen-del-viboral/carmen-de-viboral-la-cuna-de-la-ceramica-artesanal.html>

- Superintendencia de industria y comercio. (2013). *Manual de Denominación de Origen*. Recuperado de: [http://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/10893\\_cartilla\\_manual\\_denominaciones\\_de\\_origen.pdf](http://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/10893_cartilla_manual_denominaciones_de_origen.pdf)
- Superintendencia de industria y comercio. (2014). *Denominación de Origen*. Recuperado de: <http://www.sic.gov.co/denominacion-de-origen>
- Tolentino, J y Rosales, R. (2011). La Producción de Talavera de Puebla y San Pablo del Monte, Tlaxcala: Un sistema productivo local en transformación. *Revista Pueblos y Fronteras Digital*. 6(12), pp. 198-235. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/906/90621701008.pdf>
- Organización Mundial del Comercio -OMC, 2008. *Indicaciones Geográficas*. Recuperado de: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/trips\\_s/gi\\_background\\_s.htm#general](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/gi_background_s.htm#general)
- Yin, R. K. (1984). *Investigación, sobre estudio de casos. Diseño y métodos*. London, Inglaterra: sage Publication.