

LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN COMO ESTRATEGIA DE MERCADOTECNIA TURÍSTICA: EL CASO DEL “ÁMBAR DE CHIAPAS”

Navarrete-Torres, María del Carmen¹

García Muñoz- Aparicio Cecilia²

Resumen

Con la finalidad de apoyar la producción de bienes con representación cultural de cada zona, el presente trabajo son los resultados de una investigación sobre las denominaciones de origen, que son de gran interés para el visitante ya que combinan lo histórico con gastronomía y paisajes y logran ofrecer atractivos de diversas regiones, además de que pueden impulsar el desarrollo económico y generar empleos. México cuenta con 16 DO. Una de éstas es el ámbar, extraído de las minas de la zona de Simojovel de Allende.

La Ley de la Propiedad Industrial se aplica al ámbar como piedra semipreciosa, que es de naturaleza vegetal, así como también a otros artículos obtenidos de ésta como son alhajas, piezas de arte y objetos religiosos. La zona geográfica que abarca la DO comprende en su totalidad al estado de Chiapas.

El objetivo fue analizar algunos aspectos del “Ámbar de Chiapas”, con el fin de impulsar una estrategia de mercadotecnia turística que podría tener éxito al difundir información sobre el trabajo de los artesanos chiapanecos.

Se hizo una investigación documental con un enfoque cualitativo, se consultaron fuentes secundarias. Conclusiones. Falta de conocimiento de la ruta. Es escasa la difusión por parte de los organismos responsables y la satisfacción de los turistas y su disposición para regresar no es publicada para atraer visitantes nacionales e internacionales.

Palabras clave: Denominación de Origen, Ámbar de Chiapas, Turismo

THE DENOMINATION OF ORIGIN AS A TOURISM MARKETING STRATEGY: THE CASE OF THE "AMBER OF CHIAPAS"

Abstract

In order to support the production of goods with cultural representation of each area, this work is the results of a research on designations of origin, which are of great interest to the visitor as they combine the historical with gastronomy and landscapes and achieve offer attractions from different regions, besides that they can boost economic development and generate jobs. Mexico has 16 DO. One of these is amber, extracted from mines in the Simojovel de Allende area.

The Industrial Property Law applies to amber as a semiprecious stone, which is of a plant nature, as well as to other articles obtained from it, such as jewelry, pieces of art and religious objects. The geographical area covered by the DO includes the state of Chiapas in its entirety.

The objective was to analyze some aspects of the "Amber of Chiapas", in order to promote a tourism marketing strategy that could be successful in disseminating information about the work of Chiapas artisans.

A documentary research was made with a qualitative approach, secondary sources were consulted. Conclusions Lack of knowledge of the route. There is little diffusion on the part of the responsible organisms and the satisfaction of the tourists and their willingness to return is not published to attract national and international visitors.

Keywords: Denomination of Origin, Amber of Chiapas, Touris

1Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México, mallynav@yahoo.com.mx

2Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, División Académica de Ciencias Económico Administrativas, México, flamingos1999@hotmail.com

Introducción

En México se cuenta con 16 denominaciones de origen, entre las cuales la del tequila que data del año 1974 es la más identificada en todo el mundo. En el caso de las artesanías, el ámbar que es trabajado por grupos indígenas en pequeños talleres familiares en el estado de Chiapas no ha tenido la suficiente promoción en el mercado nacional e internacional.

Por muchos años las comunidades indígenas han sido apoyados por programas de ayuda a empresas sociales como FONAES (Fondo Nacional para Apoyo a Empresas de Solidaridad de la Secretaría de Economía y por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas), sin embargo, en materia turística se ha dado prioridad a otros destinos locales y con ello las artesanías de la región entre ellas las del ámbar, también han sido relegadas, Akaki (2018).

Los productos con una DO son artículos tradicionales, elaborados de manera artesanal, con poco uso de máquinas y cuyo origen se identifica, no se puede copiar en otro lugar y su calidad es certificada por el Consejo Regulador que establece controles de la materia prima así como el producto una vez que es terminado. Con este proceso se logra el otorgamiento del nombre "Denominación".

El contar con esta serie de características les da una ventaja competitiva, que les permite penetrar en nuevos mercados, atraer turismo y darse a conocer mundialmente, además del beneficio económico para la región.

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 planteó varias medidas relacionados con el turismo en donde se puntualizó que se aplicaría un plan dinámico en aquellos destinos que promueven una política sustentable y que los ingresos generados serían destinados al bienestar social

De acuerdo a DATATUR la afluencia de visitantes al estado de Chiapas creció de manera constante entre el 3.8 y 5.3 por ciento anual de 2007 a 2013. Sin embargo, en la actualidad

se reconoce un aumento de los visitantes en la entidad, pero no se ha consolidado ni tampoco establecido una estrategia para fomentar el turismo cultural en sectores tales como: la gastronomía, arte popular, fiestas tradicionales y en especial el ámbar. (Programa Sectorial de turismo 2013-2018) En la tabla 1 se muestran un comparativo de viajeros enero- julio 2017 y 2018 y el mes de Julio respectivamente.

Tabla 1. *Turismo en Chiapas Enero- Julio 2017-2018*

	2017	2018
Afluencia de Visitantes	4, 052, 849	3, 883, 036
Derrama Económica	\$14, 383	\$14, 356
Ocupación Hotelera promedio %	42%	42%

Mes de Julio		
	2017	2018
Afluencia de Visitantes	775, 184	787, 184
Derrama Económica	\$2, 899	\$3, 083
Ocupación Hotelera promedio %	50%	52%

Fuente: Informacion tomada de Reportes Estadisticos con Indicadores del Sector TurIstico en el Estado de Chiapas

De acuerdo con Belleti (2011), las Denominaciones de Origen (DO) cobran valor no solo por los beneficios que reportan a los productores, sino a otros sectores económicos como es el turismo que incluye además, los servicios a los viajeros, y la atracción que generan el éxito comercial de un bien.

A mediados de 2015, se inició el descenso de la demanda del ámbar y con ello bajó el precio en el mercado, desde entonces la Denominación se ha situado en desventaja.

El estado de Chiapas, cuenta con ríos, lagos, montañas, y selvas que atraen diferentes tipos de viajeros y en la actualidad se promueven destinos en el estado como: El Cañón del Sumidero, Cascada de Agua Azul, los Lagos de Montebello, Laguna Miramar, Cascadas El Chiflón, Cascada El Aguacero, Cascada Las Nubes, Sima de las Cotorras, Arco del Tiempo, Puerto Arista, y Puerto Chiapas. (Programa Sectorial de Turismo 2013-2018)

La promoción y valoración comercial de una ruta del ámbar proyectarían al estado con una denominación de origen única en el mundo, se visitarían minas en donde se extrae la gema, y se explicaría el proceso de extracción y tallado, además, también se ofrecería un recorrido por los talleres localizados en el pueblo de Simojovel.

En la actualidad algunas agencias de viajes ofrecen un recorrido por la zona, pero resulta poco interesante. Se ha dado prioridad a otros destinos locales con atractivos naturales. Por otro lado, una ruta de la DO, podría contribuir significativamente al incremento de los ingresos de los artesanos y la revalorización del ámbar al lanzar una estrategia mercadológica.

1. MARCO TEÓRICO

En el periodo Enero-Octubre 2018 según datos de Datatur, la afluencia de turistas internacionales a México fue de 33.7 millones, superior en dos millones 53 mil turistas al periodo enero-octubre de 2017, lo que equivale a un incremento anual de 6.5%. Estas cifras representan una oportunidad para incrementar la afluencia de visitantes al estado de Chiapas con la oferta de una denominación de origen, y que comparte con otros dos productos que son elaborados a mano por artesanos en otros estados del país, que son la Talavera, y el Olinalá.

Para la SECTUR, un área turística es una "Extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con una red de transporte que los intercomunica." está constituida por una área geográfica determinada, en el que se concentran varios lugares de interés y que se complementan. Generalmente, son uno o varias localidades cercanas, y que además están comunicadas por diversos tipos de transportes.

Cárdenas (2001), menciona que en mercadotecnia, al turista se le clasifica como consumidor dependiendo de sus necesidades, gustos, comportamientos, deseos, actitudes y recursos (segmentación del mercado). Esta clasificación incluye: turismo de descanso o de vacaciones; turismo de negocios o de compras; turismo deportivo; turismo de aventura; turismo con fines religiosos; turismo cultural; turismo con fines científicos; turismo gastronómico; turismo de estudiantil; turismo de congresos, convenciones o similares; turismo con la familia y de amigos y turismo por razones de salud o medicinal.

Por otro lado, la búsqueda de algunos viajeros por acercarse a la naturaleza e involucrarse directamente, pero con responsabilidad, al valorar y respetar el entorno y los aspectos socioculturales nativos de los lugares que se visitan, dio origen en Europa y Estados Unidos al Turismo Alternativo.

Sobre este tipo de turismo, existen varias definiciones, sin embargo, se destaca un elemento que predomina en todas ellas, y que consiste en viajar de manera diferente y con la expectativa de vivir una experiencia con la naturaleza. Con ello se busca no dañarla, pero además se procura preservar los recursos tanto naturales y sociales de la localidad en donde se practican este tipo de actividades.

El Turismo Alternativo, pone al alcance de los visitantes la oportunidad de experimentar diferentes formas de vivir de los pobladores de las zonas campesinas en donde se sensibiliza sobre el respeto y valores culturales.

La Secretaría de Turismo define a este tipo de visitantes como aquellos que gustan de los paseos que se realizan para llevar a cabo actividades en donde conocen, conviven e interactúan en localidades rurales, y experimentan con las expresiones de tipo social, cultural y productivas de la localidad.

Entre las opciones de turismo que se ofrecen en México para este tipo de viajeros se encuentran:

El Enoturismo Agroturismo Talleres Gastronómicos Vivencias Místicas Aprendizaje de Dialectos Ecoarqueología Preparación y uso Medicina Tradicional Talleres Artesanales Fotografía Rural, y Cultural. (SECTUR).

1.1 El Turismo en Chiapas

Chiapas, se ha dado a conocer en el mundo, por su riqueza natural y patrimonio cultural. En la entidad año con año se reciben un gran número de visitantes, y esto beneficia económicamente a varios segmentos de la población que desarrollan alguna actividad turística. Por otro lado, se ha iniciado el desarrollo de nuevos productos para los viajeros que gustan experimentar aventuras, el ecoturismo y turismo de negocios. (Gobierno del Estado de Chiapas, 2014).

Al cierre del año de 2018 se recibieron un total 78.78% (820,599) de visitantes nacionales y 21.22% (221,068 de visitantes extranjeros a las zonas arqueológicas y museos. En la tabla 2 se muestra la derrama económica en los principales destinos en el estado de Chiapas.

Tabla 2. Derrama Económica en los principales destinos Turísticos de Chiapas

Destino	Enero a Julio		
	2017	2018	Var. %
Tuxtla Gutiérrez	\$3,430,274,135	\$3,753,059,756	9
SCLC	\$3,644,095,146	\$3,275,163,046	-10
Tapachula	\$1,607,900,253	\$1,909,149,506	19
Palenque	\$1,752,138,261	\$1,584,206,003	-10
Tonalá	\$735,667,081	\$787,018,558	7
Comitán	\$691,284,467	\$639,273,932	-8
Chiapa de Corzo	\$468,030,164	\$516,412,350	10
CTN	\$300,416,090	\$94,165,644	-69
Resto del Estado	\$1,753,675,695	\$1,797,843,400	3
Total en el Estado	\$14,383,481,292	\$14,356,292,195	0

Fuente: Reportes Estadísticos de Indicadores del Sector Turístico del Estado de Chiapas Julio 2018

1.2 Denominación De Origen

La Secretaria de Economía define a la DO como el nombre de un país, una región o un lugar determinado, que se usa para nombrar a un producto del lugar, cuyas cualidades y características se deben exclusivamente al lugar en donde se encuentra localizado, y que se identifica y diferencia de otros por el clima o los materiales que se usan en su producción, además de la mano de obra artesanal, la creatividad y el arte de la región que resulta ser una tradición.

Para (Hooper, 2014) una DO, es la designación de una área geográfica determinada que se utiliza para nombrar un producto de la localidad y cuyas cualidades o características sean únicas debido a su ubicación.

Una denominación promueve que se formen y se conserven los recursos de la localidad y que se apoye la implementación de la tecnología para desarrollar una producción sustentable y además, capacitar en la elaboración de productos competitivos. Así mismo, que el proceso sea adoptado en la localidad, para posteriormente impulsar las técnicas capacitando a las nuevas generaciones. Por otra parte, se promueve la venta tanto local como nacional, además de la exportación de los productos que son únicos en el mundo.

Arfini y Mora (1998) consideran que las denominaciones constituyen estrategias mercadológicas para la distribución de productos típicos y tradicionales de una región. Estos planes implican la reorganización de los canales de distribución, el desarrollo de líneas de acción para lograr la diferenciación, la promoción, y la percepción de los consumidores

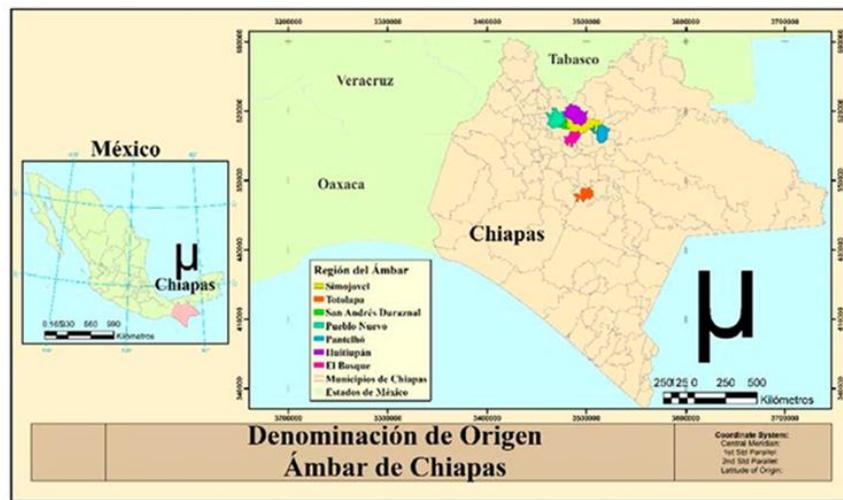
En la actualidad, México posee 16 productos con una denominación de origen y que se clasifican en tres rubros:

Alimentos e ingredientes con sabores tradicionales que son extraídos en diferentes regiones y los micro climas del país, como: el Arroz del Estado de Morelos, el Cacao de Grijalva, el Café Veracruz, el Café Chiapas, el Chile Habanero de la Península de Yucatán, el Mango Ataúlfo del Soconusco Chiapas, la Vainilla de Papantla y la más reciente Denominación de Origen, el Chile de Yahualica.

Las bebidas tradicionales de sabor y olores únicos, que son producto de los cultivos de diferentes regiones, incluyen la Bacanora, la Charanda, el Mezcal, el Sotol y el Tequila.

Los productos elaborados a mano por artesanos de todo el país, con esta denominación, son la Talavera, el Olinalá. (Secretaría de Economía 2018). En la figura 1 se muestra la localización de la DO del Ámbar de Chiapas.

Figura 1. *Localización geográfica*



Fuente: Saberes de Origen "Experiencias de México y Centroamérica"

En la figura 2 y en la tabla 3 se muestra la localización de las denominaciones de origen, en donde se señala la región geográfica y el producto.

Figura 2. Denominaciones de Origen en México



Fuente: Tomado de Mx Político con datos de NTX negocios, gob.mx, conacytprensa.mx, amipci.org.mx.

Tabla 3. Denominaciones de Origen

BEBIDAS	Ubicación Geográfica
Tequila	Jalisco
Mezcál	Oaxaca
Charanda	Michoacán
Café de Chiapas	Chiapas
Café de Veracruz	Veracruz
Bacanora	Sonora
Sotol	Chihuahua
ARTESANÍAS	
Talavera	Puebla y Tlaxcala
Laca Olinalá	Guerrero
Ámbar de Chiapas	Chiapas
PRODUCTOS NATURALES	
Chile de Yahuallica	Jalisco
Arroz Morelense	Morelos
Mango Ataúlfo de Soconusco	Chiapas
Cacao de Grijalva	Tabasco
Chile Habanero	Yucatán
Vainilla de Papantla	Veracruz

Fuente: Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (2018)

La autorización para la denominación es el Estado mexicano y quien se encarga de supervisarla es el Instituto Mexicano de Protección Intelectual creado en 1993. La Ley de la Propiedad Industrial define el concepto como:

“El nombre de una región geográfica del país, que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en éste los factores naturales que incluyen: Las características y composición del suelo, temperatura, humedad, altitud sobre el nivel del mar y clima. Los factores humanos son: tradición y costumbre, especialización en un determinado arte u oficio y utilización de procesos especiales”. (Denominación de origen. Orgullo de México).

El IMPI recomienda que los productores mexicanos conozcan y hagan valer sus derechos de protección con los que cuenta el país y así puedan evitar la competencia desleal y se combata la piratería.

En el año de 1958, el gobierno mexicano suscribió el Arreglo de Lisboa, relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro internacional. De acuerdo con los términos de este Arreglo, los países miembros se comprometen a proteger en sus territorios las denominaciones de origen de los productos de otros países que cuenten con declaraciones de protección a su denominación y que sean registradas en la Oficina Internacional de la Propiedad Intelectual (PROFECO, 2014).

México está incluido en el tratado internacional denominado Arreglo de Lisboa que se refiere a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional, mediante el cual los países participantes protegen en sus territorios los productos de los otros miembros del Arreglo. El país está así en situación de reciprocidad para que se reconozcan sus (DO), que resulta ser el mecanismo idóneo para proteger la creatividad de los artesanos, que implica la elaboración de productos a partir de métodos tradicionales, y que reflejan las costumbres de zonas geográficas identificadas como únicas por su historia y cultura. (Denominación de origen. Orgullo de México).

2. MÉTODO

Se realizó una investigación documental y para Baena (2002:83) es, una parte esencial de un proceso de investigación científica. Esta técnica consiste en seleccionar y compilar información consultando documentos y materiales bibliográficos, bibliotecas, centros de documentación e información. Esto puede definirse como una metodología en la que se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas y empíricas usando para ello diferentes tipos de documentos donde se indaga, interpreta, presenta datos e información sobre un tema determinado de cualquier ciencia, utilizando para ello, métodos e instrumentos que tienen como finalidad obtener resultados que pueden ser base para el desarrollo de la creación científica. En este trabajo, utilizaron fuentes de información secundarias como artículos, revistas e informes y sitios de internet. Se trata de interpretar la realidad a través de documentos.

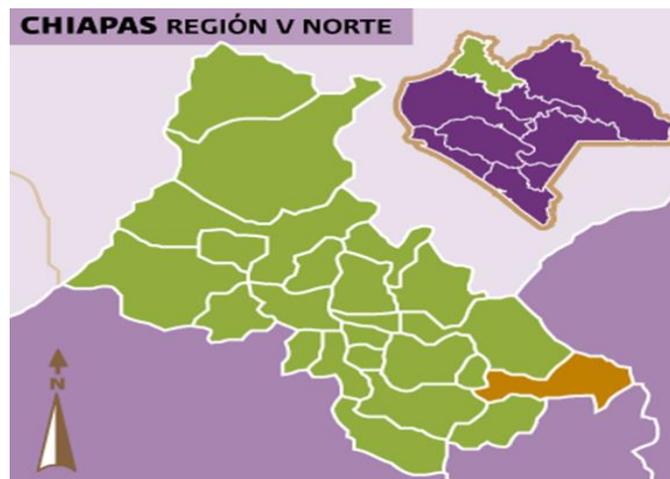
3. RESULTADOS

El 14 de febrero de 2000 la Secretaría de Desarrollo Económico del Estado de Chiapas presentó la artesanía ante el IMPI solicitando la protección de este como denominación de origen, el cual fue aceptado y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 de noviembre del mismo año.

Los beneficios otorgados por este signo distintivo son para el estado de Chiapas. Posteriormente, en diciembre de 2001, la Secretaría de Economía expidió el proyecto de la Norma Oficial 152, correspondiente al ámbar; en agosto de 2003 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Norma Oficial Mexicana NOM-152- SCFI-2003, "Ámbar de Chiapas. Especificaciones y métodos de prueba".

En México, la extracción del ámbar se localiza únicamente en Chiapas, por lo que se reconoce como zona geográfica a los municipios de Simojovel, Huitiupán, El Bosque, Pueblo Nuevo Solistahuacán, Pantelhó, San Andrés Duraznal y Totolapa, denominada también: Región del Ámbar. En Chiapas, el ámbar se localiza en los municipios de Simojovel de Allende, Huitiupán, Totolapa, El Bosque, Pueblo Nuevo Solistahuacán, Pantelhó y San Andrés Durazanal. En la figura 3, se muestra la ubicación del municipio de Simojovel.

Figura 3. *Ubicación del municipio de Simojovel*



Fuente: Instituto Nacional Para El Federalismo y El Desarrollo Municipal

El municipio cuenta con una extensión territorial de 446.99 km². El clima es cálido subhúmedo con lluvias en verano y la vegetación es de selva mediana. El área está conformado por una serie de cursos de agua que al unirse forman el río Catarina o Almandes entre estos cursos están los ríos Cuculhó, Jolhó, Saquilucum, San Pedro, Portugal, entre otros. La mayor parte de la población de Simojovel, trabaja en la extracción del ámbar. (Gobierno del estado de Chiapas).

La principal fuente económica en Simojovel fue hasta los años '90s la producción de café y el maíz, después de esa fecha la producción del café disminuyó e inició la explotación del ámbar, En la actualidad es la principal fuente de ingresos en el municipio.

3.1 Ámbar de Chiapas

El ámbar es una resina fósil de gran transparencia y brillo, es un material de origen vegetal cuyas tonalidades varían, del más tenue amarillo, al café intenso, casi negro. Desde hace veinticinco millones de años, en la zona que, sería conocida como Chiapas, ha tenido los yacimientos de ámbar más ricos de Mesoamérica (Lowe, 2015).

En el estado de Chiapas existe una especie autóctona de árbol llamado *Hymenaea courbaril* cuyas características peculiares se deben a las condiciones climatológicas del medio en que se desarrolló. Esta especie de árbol secreta, a manera de autoprotección, una resina pegajosa que por gravedad se deposita en el suelo; con el transcurso de los años, por procesos de petrificación, se convierte en ámbar (Industrial, 2016).

En Simojovel de Allende se extrae el 90% de producción en el estado. Su dureza es de 2.5 en escala de Mohs, este atributo es valorado por los joyeros y también por los escultores que encuentran en la gema la facilidad para tallarla y moldearla de acuerdo a sus necesidades.

Una de las características de la gema, es que algunas piezas incluyen organismos que se encuentran dentro del ámbar y que se les conoce como inclusiones tales como: abejas, hormigas, arañas, moscos, mariposas, libélulas, gusanos cucarachas, avispas; hasta escorpiones, lagartijas y ranas.

En cuanto a flora se han encontrado hojas de árboles milenarios, pequeñas flores hongos, musgo, semillas y orquídeas El ámbar con inclusiones son piezas muy cotizadas entre los coleccionistas y científicos.

Actualmente, en las localidades del estado existe la práctica de utilizar al ámbar como gema protectora; y cuando nace un bebé le ponen en la mano una pulsera de cuentas de esta gema, y con ello se le protege contra el mal de ojo según la tradición. Fuera del estado también existe esta costumbre.

Muchas personas compran ámbar por sus propiedades energéticas. En cuanto a la joyería se compran pulseras, anillos, collares y aretes que al usarlos revitalizan el órgano del cuerpo en donde se coloque.

También se utiliza para usos medicinales contra las paperas, el asma, las enfermedades de oídos y de garganta, además se cree que es bueno para la virilidad y la fecundidad. Menciona el autor que el principal uso en la actualidad es la joyería. Lee (2004)

En el caso de las artesanías, los bienes se comercializan generalmente como piezas de ornato y decoración, aunque en el caso del ámbar a menudo se comercializa como materia prima hacia destinos internacionales, como el reciente e intenso flujo Generalmente se realizan en pequeños talleres de baja escala productiva, con trabajo familiar.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo de la investigación fue documentar la importancia de promover una ruta del ámbar como una alternativa más para generar mayores ingresos y buscar la generación

de empleos en beneficio del turismo en México. Es necesario implementar una estrategia de marketing para promocionar la denominación de origen como valor agregado en ferias y tianguis internacionales. Así mismo, se puede comercializar piezas de joyería y ornato, distribuyendo folletos y trípticos.

Realizar una promoción integral y comercialización de la Denominación de origen, a nivel internacional y regional ofreciendo la Ruta del Ámbar, el destino con sus atractivos naturales, además de los productos artesanales de la región..

Diseñar una estrategia en medios digitales y establecer un sitio en la web con venta online de productos con la gema y difundirlo en redes sociales.

REFERENCIAS

Akaki, P. P. (2018) Denominaciones de Origen e instituciones: análisis de las experiencias mexicanas. SABERES DE ORIGEN, 41.

Baena, G. (1986). Manual para elaborar trabajos de investigación documental. México: Editores

Belletti, Giovanni y Marescotti, Andrea (2011), "Origin Products, Geographical Indications and Rural Development," en: Barham E. y Sylvander B. (Eds.), Labels of Origin for Food. Local development, global recognition, pp. 75-91, Oxford (RU), Cambridge.

Cárdenas, F. (2001). Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis del Mercado. 3ra. ed. Editorial Trillas. México.

Chiapas-Simojovel

<http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM07chiapas/municipios/07081a.html>

DATATUR

[www.datatur.sectur.gob.mx/documentos%20publicaciones bct_no40final.pdf](http://www.datatur.sectur.gob.mx/documentos%20publicaciones/bct_no40final.pdf)

Denominación de Origen. Orgullo de México

<https://www.gob.mx/impi/.../libro-denominaciones-de-origen-orgullo-de-mexico>

Gobierno del estado de Chiapas (2014)

Ámbar de Chiapas. Historia, ciencia y estética. México: Gobierno del Estado de Chiapas.

Hooper, Pablo. 2014. Denominación de origen. México: Asociación Mexicana Para La Protección De La Propiedad Intelectual A.C. Clínicas en Materia de La Propiedad Intelectual, 2014.

Industrial, I. M. (2016). "Denominaciones de Origen" Un Orgullo para México. Ciudad de México: Terracota. Industrial, I. M. (29 de agosto de 2016).gob.mx.Obtenido de <https://www.gob.mx/imprensa/cacao-grijalva-se-convierte-en-la-15-denominacion-de-origen-mexicana>

Instituto Nacional para El Federalismo y El Desarrollo Municipal
<https://www.gob.mx/inafed>

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial | Gobierno | gob.mx
<https://www.gob.mx/imp>

Lee, Thomas (2004). *Ámbar de Chiapas: historia, ciencia y estética*. Tuxtla Gutiérrez, Gobierno del Estado de Chiapas.

Lowe, L. S. (2015). El ámbar de Chiapas: una gema con historia. *Arqueología mexicana*, 13(74), 66-69.

Mora, C., & Arfini, F. (Eds.). (1998). *Typical and Traditional Products: Rural Effect and Agro-industrial Problems: Proceedings of the 52. Seminar of the European Association of Agricultural Economists, June 19-21, 1997, Parma-Italy*. Centro grafico dell'Università.

Mx.Político

Pimentel Zepeda, Francis. Cadena productiva del ámbar en Chiapas, México. *Lacandonia*, [S.l.], v. 3, n. 1, p. 69-84, mar. 2017. Disponible en

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018
https://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5299465

Presidencia de la República (2013, octubre 20). *CIFRAS Y DATOS DEL TURISMO EN MÉXICO*. Recuperado el 20 de marzo de 2014, URL, <http://www.presidencia.gob.mx/cifras-y-datos-del-turismo-en-mexico/>

Profeco. (2014). PROFECO. Obtenido de http://www.profeco.gob.mx/revista/publicaciones/adelantos_04/denom_orig_ene_04.pdf

Programa Sectorial de Turismo
www.sectur.gob.mx/pdf/PlaneacionTuristica/Prosectur_2013_2018.pdf

Saberes de Origen "Experiencias de México y Centroamérica"
https://www.researchgate.net/...SABERES_DE_ORIGEN_Experiencias_de_Mexico.../SA.

Journal of Tourism and Heritage Research (2019), vol , nº 2, nº 3 pp. 421-435. Navarrete-Torres MC. & García Muñoz-Aparicio C. "The Denomination of Origin as a tourism marketing strategy: The case of the "Amber of Chiapas"

Reportes estadísticos de indicadores del sector turístico del estado de Chiapas
www.turismochiapas.gob.mx/institucional/2017-estadisticas/formatos/JULIO_2018.pdf

Secretaría de Economía 2018
<https://www.gob.mx/se/es/archivo/documentos>

Secretaría de Turismo | Gobierno | gob.mx
<https://www.gob.mx/sectur/>