

Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

Vigesimosegunda sesión
Ginebra, 19 a 23 de noviembre de 2018

**PROPUESTA REVISADA DE PROYECTO SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL Y
TURISMO GASTRONÓMICO EN EL PERÚ Y OTROS PAÍSES EN DESARROLLO:
FOMENTO DEL DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO A TRAVÉS DE LA
PROPIEDAD INTELECTUAL**

preparada por la Secretaría

1. El Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP), en su vigesimoprimera sesión, examinó el documento CDIP/21/14 sobre el proyecto titulado Propiedad intelectual, turismo y gastronomía en el Perú: fomentando el desarrollo del turismo y la gastronomía en el Perú a través de la propiedad intelectual. El Comité tomó nota de la propuesta de proyecto y “solicitó a la delegación del Perú que la revise con el apoyo de la Secretaría, para su examen en la próxima sesión”.
2. Tras una primera ronda de discusiones en la 22.^a sesión del CDIP, se pidió a la Secretaría que vuelva a revisar el documento CDIP/22/14 para incluir un presupuesto estimativo de la ejecución del proyecto. Por consiguiente, en el Anexo del presente documento figura una propuesta revisada de proyecto.

3. *Se invita al Comité a considerar el Anexo del presente documento.*

[Sigue el Anexo]

RECOMENDACIONES 1, 10 Y 12 DE LA AGENDA PARA EL DESARROLLO

DOCUMENTO DEL PROYECTO

1. RESUMEN	
<u>Código del proyecto</u>	DA_1_10_12_01
<u>Título</u>	Propiedad intelectual y turismo gastronómico en el Perú y otros países en desarrollo: fomento del desarrollo del turismo gastronómico a través de la propiedad intelectual.
<u>Recomendaciones de la Agenda para el Desarrollo</u>	<p><i>Recomendación 1:</i> La asistencia técnica de la OMPI deberá, entre otras cosas, estar orientada a potenciar el desarrollo y obedecer a una demanda, ser transparente y tener en cuenta las prioridades y necesidades especiales de los países en desarrollo, especialmente las de los PMA, así como los distintos niveles de desarrollo de los Estados miembros; además, las actividades deberán incluir su calendario de ejecución. A este respecto, el diseño, los mecanismos de ejecución y los procesos de evaluación de los programas de asistencia técnica deberán estar adaptados a cada país.</p> <p><i>Recomendación 10:</i> Ayudar a los Estados miembros a fomentar y mejorar la capacidad de las instituciones nacionales de PI mediante el desarrollo de la infraestructura y de otros servicios, para que dichas instituciones sean más eficaces y lograr un equilibrio adecuado entre la protección de la PI y el interés público. Este tipo de asistencia técnica debe beneficiar también a las organizaciones regionales y subregionales de PI.</p> <p><i>Recomendación 12:</i> Facilitar la incorporación de las cuestiones de desarrollo a las actividades y los debates de asistencia técnica y de otra índole que lleva a cabo la OMPI, con arreglo a su mandato.</p>
<u>Breve descripción del proyecto</u>	<p>El proyecto trata de fomentar la propiedad intelectual (PI) relacionada con las tradiciones culinarias (alimentos y bebidas) para aplicarla al sector turístico del Perú [y de otros países en desarrollo] y permitir la catalogación, desarrollo y uso sostenible de la cultura y las tradiciones de cada país en el ámbito culinario.</p> <p>Para conseguirlo, se proponen estrategias y acciones que implican un trabajo conjunto de las principales partes interesadas vinculadas con el turismo, la gastronomía y la PI, tanto del sector público como del sector privado, con la intención de determinar posibles instrumentos de PI y recomendar su uso. Ello comprenderá la organización de actividades encaminadas a promover las ventajas que conlleva el uso de la PI en el contexto del turismo gastronómico.</p>

	<p>A continuación se enumeran los resultados previstos del proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Catalogación de la gastronomía tradicional (alimentos y bebidas) y promoción de su uso en el Perú [y en otros países en desarrollo]. b) Fomento de la actividad económica en torno al sector del turismo gastronómico, y aumento de su valor añadido, mediante el uso de la PI en la esfera de las tradiciones culinarias (alimentos y bebidas) (por ejemplo, al velar por la preservación de las prácticas culinarias tradicionales, el origen geográfico y la calidad de los ingredientes, la correcta manipulación de los alimentos, etc.) como recurso que permita capitalizar la diversidad de productos y tradiciones locales.
<u>Programa de ejecución</u>	2, 8, 9
<u>Vínculos con otros programas o proyectos de la Agenda para el Desarrollo</u>	<p>Programas: 1, 3, 4, 5, 6, 8, 16, 17, 31 y 32</p> <p>Proyectos: DA_1_10_12_40_01, Propiedad intelectual, turismo y cultura: apoyo a los objetivos de desarrollo y promoción del patrimonio cultural de Egipto y otros países en desarrollo; DA_4_10_01, Propiedad intelectual y desarrollo de marcas de producto para el fomento de la actividad empresarial en países en desarrollo y países menos adelantados (PMA); y DA_10_05, Mejora de la capacidad de las instituciones de PI de ámbito nacional, subregional y regional y de los respectivos usuarios.</p>
<u>Vínculos con los resultados previstos en el presupuesto por programas</u>	<p><i>Resultado previsto III.1:</i> Estrategias y planes nacionales de innovación y de PI que estén en sintonía con los objetivos nacionales de desarrollo.</p> <p><i>Resultado previsto III.2:</i> Aumento de las capacidades en recursos humanos para hacer frente a la gran diversidad de exigencias que supone la utilización eficaz de la PI para fomentar el desarrollo en los países en desarrollo, PMA y países con economías en transición.</p>
<u>Duración del proyecto</u>	36 meses
<u>Presupuesto del proyecto</u>	<p>Presupuesto total: 540.500 francos suizos De los cuales 353.000 francos suizos corresponden a gastos no relativos a personal, y 187.500 francos suizos a gastos de personal (P2 50%)</p>

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

2.1. Introducción

En la actualidad, el turismo constituye una importante fuente de ingresos para los países, e incluso para algunos países en desarrollo representa una de sus fuentes de ingresos más relevantes.

Según los datos del documento *Evaluación de mercado para el análisis del turismo gastronómico en el Perú*, elaborado por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ) en el año 2016, los principales focos de atracción turística son la cocina tradicional (59%), el Machu Picchu (60%) y diversos paisajes naturales (61%). En dicha evaluación se destaca que el 82% de los turistas consideran el Perú un destino gastronómico. En relación con ello, cabe destacar que en los World Travel Awards de 2017 el Perú fue galardonado como mejor destino culinario por sexto año consecutivo.

La gran variedad de productos peruanos de alta calidad vinculados a la historia, al terruño y a formas tradicionales de cultivo, producción y elaboración ha sido reconocida a nivel mundial gracias a la gastronomía del país.

La gastronomía peruana no solo abarca platos y recetas, sino también productos agrícolas, ingredientes, técnicas de producción y elaboración (la pachamanca, por ejemplo), artefactos de cocina y hábitos alimentarios, entre otros. Así, además de brindar oportunidades para el desarrollo de la agricultura, la ganadería y la pesca al potenciar la demanda de productos peruanos, la gastronomía del país también estimula la creación de nuevos negocios y alienta al campo peruano a adoptar mayores estándares de calidad.

El reconocimiento internacional de restaurantes peruanos ha impulsado la elevada demanda de rutas gastronómicas, a través de las cuales los visitantes pueden descubrir el arte culinario de los antepasados peruanos, que perdura gracias a la cocina de fusión y el uso de técnicas culinarias de vanguardia. Esas rutas gastronómicas no solo incluyen visitas a restaurantes de alta cocina, sino también a granjas que elaboran los ingredientes que componen los platos peruanos, así como a mercados y tiendas donde se comercializan productos alimentarios. Los visitantes participan, asimismo, en clases de cocina y degustaciones.

Esa información evidencia que nos encontramos ante una gran ocasión para crear las condiciones propicias para el desarrollo económico y social de aquellas comunidades que cuentan con zonas potencialmente turísticas, atraer inversiones y generar un espacio para la formulación de propuestas sobre PI. Ello también puede aplicarse a otros países en desarrollo que, como el Perú, desean promocionar de mejor forma el sector del turismo gastronómico mediante el uso de instrumentos de PI.

Es importante destacar que los servicios prestados a través de restaurantes, asociaciones hoteleras y operadores de viajes concentran gran cantidad de trabajadores calificados, y ello conlleva un porcentaje elevado de empleos bien remunerados y la revalorización de los productos tradicionales, en beneficio de las familias de agricultores y de los cocineros de restaurantes.

Así pues, las partes interesadas de la industria gastronómica desempeñan una función determinante en la prestación de servicios de alta calidad a los turistas al satisfacer sus

necesidades específicas. En ese empeño, pueden beneficiarse en gran medida del uso estratégico del sistema de PI en sus actividades. Por ejemplo, los cocineros pueden valerse de marcas, nombres comerciales y lemas publicitarios para comercializar los productos y servicios que ofrecen en sus restaurantes, e incluso pueden ser titulares de derechos de autor sobre formas originales de expresión contenidas en las cartas de sus establecimientos. Por su parte, los proveedores de los productos utilizados por los cocineros, como los agricultores, también pueden beneficiarse del sistema de PI mediante el uso de marcas colectivas, marcas de certificación, denominaciones de origen, variedades vegetales y conocimientos tradicionales y folclore, entre otros.

Pese a lo anterior, no se aprecia un uso intensivo de la PI en los sectores del turismo y la gastronomía del Perú. Prueba de ello es que, según información estadística generada por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), del total de marcas registradas en el año 2017 por residentes peruanos, solo el 5,6% correspondió a servicios de restauración y hospedaje. Esa situación también puede darse en países en desarrollo análogos.

Por consiguiente, el objetivo del proyecto consistirá en analizar las posibles ventajas que la PI aplicada al ámbito de las tradiciones culinarias podría reportar a las actividades económicas del sector del turismo gastronómico del Perú y de otros países en desarrollo y, al mismo tiempo, fomentar la sensibilización sobre esa materia.

2.2. Objetivos

Objetivo global:

El proyecto trata de fomentar la PI relacionada con las tradiciones culinarias (alimentos y bebidas) para aplicarla al sector turístico y permitir la catalogación, desarrollo y uso sostenible de la tradición culinaria de cada país.

Objetivos específicos:

1. Fortalecimiento de la capacidad de los operadores económicos vinculados al sector del turismo gastronómico y de las autoridades nacionales, incluidas las oficinas de PI, para utilizar y aprovechar los instrumentos y las estrategias de PI a fin de agregar valor en pro de la diferenciación de sus productos y servicios, y diversificar sus actividades económicas respetando las tradiciones y la cultura locales.
2. Sensibilización sobre las ventajas que el uso de la PI puede reportar a las actividades de turismo gastronómico.

2.3. Estrategia

A. Alcance

El proyecto se ejecutará en el Perú y en otros tres países piloto.

B. Criterios para la selección de los países beneficiarios

La selección de los otros tres países piloto se basará, entre otros, en los criterios siguientes:

1. Existencia de políticas de desarrollo nacionales o regionales en las que el turismo gastronómico se considere un instrumento para el desarrollo territorial, la reducción de la pobreza, la creación de empleo, el empoderamiento de mujeres y jóvenes, y el desarrollo económico, social y cultural en general.
2. Existencia en el país o región de una gastronomía específica que atraiga el turismo.
3. Existencia de un demostrado interés a nivel empresarial y político por aumentar la competitividad y capacidad de innovación de las actividades desarrolladas en el sector del turismo gastronómico.
4. Compromiso del país para destinar los recursos necesarios para garantizar la ejecución efectiva del proyecto y su sostenibilidad.

Los Estados miembros interesados en participar en el proyecto deberán presentar una propuesta que contenga una breve descripción de los elementos señalados con anterioridad.

C. Estrategia de ejecución

La estrategia está orientada a desarrollar actividades concretas para lograr los objetivos del proyecto y comprende lo siguiente:

1. Estrategia 1: Actividades de investigación

Acción 1.1: Preparación, en cada país piloto, de un estudio exploratorio sobre el sector del turismo gastronómico, en el que se hará inventario de las tradiciones culinarias clave (alimentos y bebidas) de los respectivos países.

Acción 1.2: Organización de una mesa redonda que reúna a las principales partes interesadas y entidades públicas de cada país vinculadas con el turismo, la gastronomía y la PI (en el caso del Perú, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), PROMPERÚ, la Sociedad Peruana de Gastronomía (APEGA), la Asociación de Hoteles, Restaurantes y Afines del Perú (AHORA) e INDECOPI), así como a líderes de opinión del sector (en el caso del Perú, el Sr. Gastón Acurio o el Sr. Virgilio Martínez, entre otros) con objeto de recopilar información y debatir sobre los retos actuales relacionados con la PI a los que se enfrentan en el sector del turismo gastronómico y sobre las eventuales respuestas que puedan darles.

Acción 1.3: Partiendo de ese estudio exploratorio y de los resultados de la mesa redonda, elaboración, en cada país piloto, de un análisis de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI. Esta tercera acción se llevará a cabo con objeto de determinar posibles instrumentos de PI que puedan utilizarse para la promoción de la tradición seleccionada a lo largo de su cadena de valor (es decir, instrumentos de PI relacionados con el diseño, la producción y la puesta en práctica de esa materia específica).

Acción 1.4: Difusión del citado análisis de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI entre los participantes de la mesa redonda indicada en la acción 1.2, a fin de que lo examinen antes de la finalización del documento y formulen sus observaciones al respecto.

2. Estrategia 2: Actividades de fortalecimiento de capacidades

Acción 2: Organización de un seminario en cada país piloto para presentar las recomendaciones y los resultados de las actividades de investigación llevadas a cabo en el país piloto en cuestión.

3. Estrategia 3: Actividades de sensibilización

Acción 3.1: Organización de un seminario internacional para presentar las experiencias y los resultados de los estudios llevados a cabo en los distintos países piloto.

Acción 3.2: Partiendo de lo anterior, preparación de una compilación de los principales productos y conclusiones fruto del proyecto en los diversos países beneficiarios, que contribuirá a sensibilizar a la población en general sobre la materia.

D. Riesgos potenciales y medidas de mitigación

Riesgo 1: La colaboración ininterrumpida con las autoridades nacionales y los coordinadores es fundamental para determinar el nivel de apoyo prestado por los países piloto, el buen desarrollo de las actividades y la ejecución oportuna del proyecto.

Mitigación 1: Con el fin de mitigar los riesgos, el director del proyecto celebrará consultas pormenorizadas y solicitará la plena participación de los asociados locales en la ejecución de las actividades.

Riesgo 2: Las condiciones en un país piloto seleccionado pueden impedir la ejecución del proyecto.

Mitigación 2: Deberían celebrarse las negociaciones pertinentes y, de no lograrse un resultado satisfactorio, el proyecto en el país podría quedar suspendido o pospuesto.

Riesgo 3: Dificultad para encontrar expertos que tengan la experiencia y los conocimientos necesarios sobre la interrelación de la PI con la promoción del turismo gastronómico.

Mitigación 3: Convendría buscar lo antes posible la cooperación con otros organismos especializados, fondos y/o programas pertinentes de las Naciones Unidas.

3. SUPERVISIÓN Y EVALUACIÓN

3.1 Calendario de supervisión del proyecto

Se presentará al CDIP un informe anual sobre la marcha de las actividades.

Una vez concluido el proyecto, se realizará un informe final de evaluación interna que se presentará al CDIP.

Una vez concluido el proyecto, un consultor externo elaborará un informe final independiente de evaluación que se presentará al CDIP.

3.2 <u>Evaluación interna del proyecto</u>	
<i>Productos del proyecto</i>	<i>Indicadores de obtención de resultados (Indicadores de productos)</i>
Selección de tres países piloto (además del Perú).	Selección de tres países (con arreglo a los criterios de selección acordados). Nombramiento de coordinadores para la ejecución del proyecto en cada país.
Aprobación de los planes del proyecto en cada país.	Elaboración y aprobación de cuatro planes de ejecución del proyecto (uno por país piloto).
Elaboración de cuatro estudios exploratorios sobre el sector del turismo gastronómico (uno por país piloto).	Elaboración de un inventario significativo de las tradiciones culinarias de cada país piloto.
Identificación de entidades públicas y partes interesadas en materia de gastronomía, turismo y PI.	Determinación de partes interesadas pertinentes de cada país piloto.
Organización, en cada país piloto, de una mesa redonda formada por partes interesadas pertinentes de los sectores del turismo gastronómico y la PI.	Según un porcentaje significativo de participantes en las mesas redondas, el proyecto ha resultado de utilidad para poder enfrentar mejor los desafíos en el sector de la PI y el turismo gastronómico.
Preparación, en cada país piloto, de un análisis de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI que permita determinar posibles instrumentos de PI susceptibles de utilizarse para la promoción de la tradición seleccionada a lo largo de su cadena de valor.	Determinación de instrumentos de PI significativos que puedan utilizarse para la promoción de tradiciones culinarias concretas a lo largo de sus respectivas cadenas de valor.
Organización de cuatro seminarios (uno en cada país piloto) para presentar el análisis de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI.	Un porcentaje significativo de los participantes en el seminario afirman comprender mejor los posibles instrumentos de PI que pueden utilizarse para la promoción de la tradición culinaria seleccionada a lo largo de su cadena de valor.

<p>Organización de un seminario internacional para presentar las experiencias y las conclusiones del proyecto en cada país piloto.</p>	<p>Presencia de partes interesadas pertinentes del sector de la PI y el turismo gastronómico procedentes de diferentes países.</p>
<p>Preparación de una compilación de los principales productos y conclusiones fruto del proyecto en los diversos países piloto.</p>	<p>Determinación pertinente de las conclusiones alcanzadas a raíz de las diversas actividades de investigación del proyecto.</p>
<p><i>Objetivos del proyecto</i></p>	<p><i>Indicadores de logro del objetivo del proyecto (Indicadores de efectos)</i></p>
<p>1. Fortalecimiento de la capacidad de los operadores económicos vinculados al sector del turismo gastronómico y de las autoridades nacionales, incluidas las oficinas de PI, para utilizar y aprovechar los instrumentos y las estrategias de PI a fin de agregar valor en pro de la diferenciación de sus productos y servicios, y diversificar sus actividades económicas respetando las tradiciones y la cultura locales.</p>	<p>Cantidad de operadores económicos del sector del turismo gastronómico que, después del proyecto, han puesto en marcha planes para utilizar y aprovechar instrumentos de PI para agregar valor a sus productos o servicios.</p> <p>Cantidad y pertinencia de las actividades de fortalecimiento de capacidades llevadas a cabo por autoridades nacionales, incluidas oficinas de PI, con objeto de prestar servicios de asesoramiento sobre el uso de herramientas de PI en el sector del turismo gastronómico.</p>
<p>2. Sensibilización sobre las ventajas que el uso de la PI puede reportar a las actividades de turismo gastronómico.</p>	<p>Porcentaje de participantes en las mesas redondas y seminarios que han afirmado comprender mejor las posibles ventajas que la PI puede reportar al sector del turismo gastronómico.</p> <p>Grado de acceso y utilización de la compilación de los principales productos y conclusiones fruto del proyecto por parte de otros Estados miembros y partes interesadas concernidos.</p>

4. CALENDARIO DE EJECUCIÓN

Actividad	Trimestres												
	1.º	2.º	3.º	4.º	1.º	2.º	3.º	4.º	1.º	2.º	3.º	4.º	
Selección de los países piloto	X												
Nombramiento de coordinadores en cada país piloto	X												
Preparación, en cada país piloto, de un estudio exploratorio sobre el sector del turismo gastronómico	X	X	X										
Organización de una mesa redonda que reúna a las principales partes interesadas de cada país piloto en los ámbitos del turismo, la gastronomía y la PI				X									
Elaboración, en cada país piloto, de un análisis preliminar de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI				X	X	X							
Difusión del análisis preliminar de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI entre los participantes de la mesa redonda organizada en cada país piloto, a fin de que lo examinen y formulen observaciones al respecto							X						
Elaboración de un análisis final de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI que permita determinar posibles instrumentos de PI								X					
Organización, en cada país piloto, de un seminario nacional para presentar las recomendaciones y las conclusiones de las actividades de investigación									X				

Actividad	Trimestres											
Organización de un seminario internacional para presentar y analizar los resultados de los estudios de cada país piloto	■	■	■	■					■	X	■	■
Compilación de los principales productos y conclusiones fruto del proyecto en los diversos países beneficiarios	■	■	■	■					■	■	X	■
Evaluación	■	■	■	■					■	■	■	X

5. RECURSOS TOTALES POR PRODUCTO

a) Año 2019

Productos del proyecto	2019		Total		Total
	Personal	No relativos a personal	Personal	No relativos a personal	
4 estudios exploratorios		48.000		48.000	48.000
4 reuniones de mesa redonda		60.000		60.000	60.000
Preparación de un análisis de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI		15.000		15.000	15.000
Personal	62.500		62.500		62.500
Total	62.500	123.000	62.500	123.000	185.500

b) Bienio 2020-2021

Productos del proyecto	2020		2021		Total		Total
	Personal	No relativos a personal	Personal	No relativos a personal	Personal	No relativos a personal	
Preparación de un análisis de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI		45.000				45.000	45.000
Compartir el análisis con los participantes en la mesa redonda, para sus comentarios y revisión		10.000				10.000	10.000
4 seminarios nacionales				60.000		60.000	60.000
Seminario internacional				80.000		80.000	80.000
Compilación de los principales productos y conclusiones				25.000		25.000	25.000
Autoevaluación del proyecto				10.000		10.000	10.000
Personal	62.500		62.500		125.000		125.000
Total	62.500	55.000	62.500	175.000	125.000	230.000	355.000

RECURSOS NO RELATIVOS A PERSONAL, POR CATEGORÍA DE GASTO

a) Año 2019

Actividades	<i>(en francos suizos)</i>							Total
	Viajes, formación y subvenciones conexas			Servicios contractuales				
	Misiones del personal	Viajes de terceros	Subvenciones para formación y viajes	Conferencias	Publicaciones	Servicios contractuales individuales	Otros servicios contractuales	
4 estudios exploratorios						48.000		48.000
4 mesas redondas	12.000	15.000	18.000			15.000		60.000
Preparación de un análisis de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI			15.000					15.000
Total	12.000	15.000	38.000			63.000		123.000

b) Bienio 2020-2021

Actividades	<i>(en francos suizos)</i>							Total
	Viajes, formación y subvenciones conexas			Servicios contractuales				
	Misiones del personal	Viajes de terceros	Subvenciones para formación y viajes	Conferencias	Publicaciones	Servicios contractuales individuales	Otros servicios contractuales	
Preparación de un análisis de los ámbitos de la cadena de valor de una tradición culinaria concreta vinculados con la PI			25.000				20.000	45.000
Compartir el análisis con los participantes en la mesa redonda, para sus comentarios y revisión					10.000			10.000
4 seminarios nacionales	20.000	40.000						60.000
Seminario internacional	15.000	45.000		10.000			10.000	80.000
Compilación de los principales productos y conclusiones					10.000	15.000		25.000
Autoevaluación del proyecto						10.000		10.000
Total	35.000	85.000	25.000	10.000	20.000	25.000	30.000	230.000

[Fin del Anexo y del documento]