

Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

Vigésimocuarta sesión
Ginebra, 18 a 22 de noviembre de 2019

RESUMEN DEL ESTUDIO SOBRE EL PAPEL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN NAMIBIA

preparado por la Secretaría

1. El Anexo del presente documento contiene un Resumen del Estudio sobre el papel de la propiedad intelectual en el desarrollo del turismo sostenible en Namibia, realizado en el contexto del proyecto *Propiedad intelectual, turismo y cultura: Apoyo a los objetivos de desarrollo y promoción del patrimonio cultural de Egipto y otros países en desarrollo* (CDIP/15/7 Rev.). El estudio fue preparado por el Dr. Malan Lindeque, consultor de Namibia.

2. *Se invita al CDIP a tomar nota de la información contenida en el Anexo del presente documento.*

[Sigue el Anexo]

El papel de la propiedad intelectual en el desarrollo del turismo sostenible en Namibia

El presente estudio fue encargado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) como parte de su proyecto sobre *Propiedad intelectual, turismo y cultura: Apoyo a los objetivos de desarrollo y promoción del patrimonio cultural de Egipto y otros países en desarrollo* en el marco de la Agenda para el Desarrollo.

Namibia cuenta con ejemplos destacables de participación comunitaria en el turismo a raíz de su sistema de registro de conservación comunitaria, mediante el cual se otorga derechos a las comunidades rurales con respecto al turismo y el uso de los recursos naturales. La cultura, historia y los conocimientos tradicionales del pueblo de Namibia son sin duda parte de la economía del turismo en el país, tanto o incluso más que sus espectaculares paisajes, vida silvestre y parques nacionales. El presente informe destaca dos ejemplos de beneficios del turismo obtenidos por la población rural de Namibia, que utiliza aspectos de su identidad cultural y conocimientos tradicionales para crear productos atractivos para el mercado del turismo. Los dos ejemplos documentan los vínculos entre los conocimientos tradicionales y la protección de la propiedad intelectual, así como las formas en que la población rural de Namibia ha recibido o no esa protección.

El primer ejemplo está relacionado con la comunidad himba en el noroeste de Namibia, cuyo uso tradicional de una especie de planta autóctona ha dado lugar a la elaboración de una gran variedad de perfumes y productos para el cuerpo de gran valor. Al comercializar nuevos productos derivados de prácticas culturales, se tiene sumo cuidado en asegurar la protección de los intereses de la comunidad. Las mujeres himba, que cultivan la planta silvestre para uso propio como perfume, siguen abasteciendo materia prima a un establecimiento de extracción comunitario. Algunos aceites esenciales producidos en el establecimiento se utilizan para fabricar una serie de productos protegidos por marca para el mercado turístico y otros se exportan a la Unión Europea para la industria internacional del perfume.

El segundo ejemplo está relacionado con brindar asistencia a la comunidad de productores artesanales en la venta de sus productos en el mercado turístico y destaca el sistema informal establecido para premiar el uso de diseños industriales creados por personas extremadamente desfavorecidas de la comunidad hai//om san. Los diseños derivados de los conocimientos tradicionales de esta comunidad son utilizados en la industria textil y el diseñador recibe regalías durante el ciclo de vida del diseño. Una empresa sin fines de lucro ha desempeñado un papel fundamental en este proceso, dado que actúa como facilitador comercial esencial al brindar asesoramiento técnico y materias primas a más de 450 artesanos, e intenta crear productos para su venta en el mercado de artesanos de Namibia en Windhoek. La empresa ha detectado dos intentos de imitar sus diseños en países vecinos y es consciente de la necesidad de protegerlos en el futuro, en particular los diseños de la joyería tradicional namibiana. Sin embargo, los artesanos no suelen ser conscientes de la importancia de los instrumentos de la propiedad intelectual y de los medios de acceder a ellos. Se suele considerar que estos instrumentos son costosos e implican la contratación de asesoramiento letrado, lo cual resulta inasequible para las pequeñas empresas. En el sitio web de la Administración Estatal de la Propiedad Comercial e Intelectual se puede hallar información amplia y clara al respecto, pero es necesario proporcionar mucha más información pública sobre las opciones y mecanismos disponibles. El informe contiene recomendaciones sobre el tema.

La pregunta fundamental que plantea el estudio está relacionada con los medios por los cuales un sistema de propiedad intelectual (PI) eficaz puede fortalecer el nexo entre el turismo y el desarrollo socioeconómico en Namibia.

Para responder a esta pregunta, es preciso evaluar hasta qué punto la sociedad namibiana entiende el concepto de propiedad cultural o intelectual y las medidas adoptadas para proteger la PI. El acceso a medidas de protección de la PI probablemente sea otra cuestión fundamental debido a su complejidad y carácter jurídico, porque quienes más necesitan esa protección, específicamente la población pobre y marginada, incluidos los pueblos indígenas como los sans¹ y los himbas,² probablemente no posean los medios para acceder a esas herramientas. Por consiguiente, se plantea la necesidad de evaluar la importancia de las asociaciones entre partes interesadas, un ámbito en el que Namibia probablemente se destaque gracias a sus logros en la gestión comunitaria de los recursos naturales y el turismo, y el importante papel que desempeñan sus socios internacionales para el desarrollo, la sociedad civil y el gobierno como facilitadores en este sentido, dentro del entorno propicio de los marcos político y jurídico, como señaló el Ministerio de Medio Ambiente y Turismo (MET 2013 y MET/NACSO 2018).

El vínculo entre el turismo y la PI no es claro en Namibia ni en gran parte del sur de África. El proyecto de la OMPI ayuda a sensibilizar acerca de que la cultura, la historia y los conocimientos tradicionales del pueblo de Namibia son considerados parte de la dinámica de la economía del turismo en igual medida que sus paisajes, vida silvestre y parques nacionales. El modo en que se comercializa su cultura, historia y conocimientos y en que los turistas los experimentan representan importantes oportunidades económicas para los dueños de estos “productos básicos”. La cultura, la historia y los conocimientos forman parte del patrimonio cultural de las comunidades e individuos y, como tales, pueden protegerse mediante las herramientas de PI adecuadas.

Además, debido a que el creciente valor económico de la PI relacionada con el turismo o el papel que desempeña en el desarrollo no saltan a la vista, es importante reflexionar sobre la dinámica del sector del turismo y de la economía del turismo en Namibia. El turismo es el sector económico de más rápido crecimiento en el país y el menos vulnerable a factores que aún limitan el crecimiento en otros sectores económicos, como la volatilidad de los precios internacionales de la minería y el impacto de la variabilidad de las precipitaciones, o factores climáticos como la variabilidad de los océanos y los impactos del cambio climático en la agricultura o la pesca marítima. Al turismo lo afectan factores externos, como el costo de los viajes de larga distancia, que está de por sí determinado por los precios internacionales del petróleo, al igual que importantes factores internos, como la paz, la estabilidad y la seguridad. Sin embargo, el turismo ha sido mucho más resiliente que los demás sectores y está más estrechamente vinculado a las ventajas competitivas de Namibia en el contexto del desarrollo sostenible.

Uno de los desafíos fundamentales en materia de desarrollo que enfrenta Namibia es lograr la titularidad y una participación más equitativa en la industria del turismo. Antes de la independencia del país en 1990, la titularidad de la industria del turismo era limitada, pero hace tiempo se reconoce su potencial de beneficiar a muchas más personas que la base bastante estrecha de titular u operador. En un país como Namibia, donde existe una gran disparidad de ingresos y donde la propiedad de la tierra y los activos es muy desigual, se da prioridad a facilitar el acceso a participar en los beneficios provenientes de un sector económico tan importante como el turismo.

El Gobierno de Namibia ha iniciado una amplia participación en el turismo de vida silvestre (el mayor componente del turismo en el país) mediante la concesión de derechos de utilización de los recursos silvestres, que incluyen derechos de turismo exclusivos conferidos a las comunidades en virtud de la Enmienda a la Ley de Conservación de la Naturaleza, Ley núm. 5

¹ Otra posibilidad es pueblos originarios, el nombre preferido por los sans y por los pueblos anteriormente conocidos como bosquimanos, una denominación que ahora se considera peyorativa.

² En teoría, el término debería ser “ovahimba”, pero a los efectos de este informe se utilizará “himba”, el término popular empleado en Namibia para referirse a los miembros de esta comunidad.

de 1996. Quienes habían adquirido la condición de centros de conservación de la naturaleza registrados aprovecharon esta oportunidad y fundaron empresas conjuntas con inversores y socios técnicos para construir 54 alojamientos turísticos, otros emprendimientos turísticos y 56 concesiones de caza en sus territorios (MET/NACSO 2018).

Las comunidades se benefician de esas operaciones. La mayoría de los centros de conservación, además de recibir una tasa de concesión anual considerable, son titulares de acciones y, por consiguiente, comparten dividendos o pagos adicionales relacionados con el hospedaje. Además, el empleo en los hospedajes de los miembros de los centros de conservación es una forma importante de beneficiar a las comunidades de las zonas rurales, donde escasea el empleo formal. El porcentaje de las ganancias de los centros de conservación provenientes de empresas de turismo cubren los costos operativos (principalmente los costos de empleo y operativos de la guardia animal y de los empleados, como los protectores de recursos y los guardias de rinocerontes), y el resto es asignado como ingresos a diversos proyectos de desarrollo que son beneficiosos para las comunidades. El MET ha introducido recientemente una nueva directiva que exige que el 50% de las ganancias de los centros de conservación se destine a proyectos que beneficien a la comunidad en general.

Por lo tanto, el sector del turismo y sus potenciales beneficios socioeconómicos son accesibles a un gran porcentaje de las comunidades rurales que participan o se han organizado para participar en el programa de conservación. Estas comunidades lograron atraer la inversión en el turismo en sus territorios. No obstante, el programa no cubre a algunas personas debido a que carecen de tierras adecuadas, recursos silvestres o potencial para el turismo, o simplemente no quieren desarrollar actividades dentro de una organización comunitaria. Cabe destacar que el turismo es otro medio para obtener beneficios colectivos o individuales a través de emprendimientos individuales en otros sectores que prestan servicios al sector del turismo, como el transporte y, en el contexto específico del presente estudio, los que producen bienes, incluidas las artesanías.

Prácticamente todos los namibios pueden obtener acceso a beneficios económicos por este medio en el que no hay límites, como el capital inversor y la educación superior, y en el que los únicos requisitos son el ingenio, la creatividad y el trabajo arduo. Muchas personas, entre ellas algunas de las más tradicionales y más pobres, pueden beneficiarse del turismo al fabricar artículos vinculados con su base de recursos naturales, historia y prácticas culturales, que resultan atractivos para los turistas extranjeros.

Según el Ministerio de Industrialización, Comercio y Desarrollo de Pymes (MITSMED, 2015), la fabricación nacional de artesanías vinculadas con el turismo y su comercio (y el potencial económico de este sector a escala mundial) nunca se han aprovechado adecuadamente, pero deben ser considerables. De todos modos, se pueden realizar estimaciones de su valor. Por ejemplo, si cada uno de los 250.000 turistas que llega en promedio cada año a Namibia gastara apenas entre N\$500 (€31) y N\$1.000 (€62) en artesanías,³ las personas que tienen pocas posibilidades de obtener otro tipo de ingreso podrían ganar la importante suma de entre N\$125 millones y N\$250 millones (que equivalen a entre €7,63 millones y €15,25 millones). El Ministerio (2015) ha estimado que en 2015 había alrededor de 3.200 artesanos en Namibia, lo que significa que cada artesano podía en teoría ganar un ingreso anual promedio de entre N\$39.063 (€2.383) y N\$78.126 (€4.766).⁴

El Ministerio de Medio Ambiente y Turismo ha comenzado a evaluar la economía de la biodiversidad como una de las iniciativas de la economía verde de Namibia que cuantificará

³ Se trata de una estimación, ya que en Namibia no hay datos disponibles sobre el total gastado por turista en artesanías o bienes de consumo.

⁴ El PIB per cápita de Namibia es de alrededor de US\$ 6.400 (<https://tradingeconomics.com>) o €5.696.

todos los aspectos de la economía del turismo vinculados a la vida silvestre y otros recursos naturales, entre ellos el sector de las artesanías. Por su parte, el MITSMED reconoció que el sector de las artesanías es un sector económico estratégico para Namibia debido a su elevada accesibilidad para el ciudadano promedio y para las mujeres en particular, por lo que formuló una estrategia de crecimiento para este sector (MITSMED 2015).

La diversidad de culturas, tradiciones y recursos ha dado lugar a una gran variedad de productos artesanales y otros bienes atractivos para los turistas. Algunas creaciones son más exitosas que otras y, por consiguiente, son objeto de copias o imitaciones a gran escala.

Al igual que en otros mercados de consumo, la demanda de artesanías proveniente del turismo no es estática. Los artesanos deben innovar para seguir produciendo artículos interesantes y atractivos, y su componente social y cultural debe verse reflejado en su labor artesanal *auténtica*. Los compradores de artesanías valoran enormemente la autenticidad, que proviene del contexto social y cultural del artesano. Los valores culturales que forman parte de las obras artesanales auténticas corren riesgo de perderse o algunos ya se han perdido debido a la presión de la producción masiva de derivados culturales que carecen de un contexto genuino. Esto plantea importantes desafíos para la protección de la identidad cultural y los conocimientos tradicionales asociados con esos productos, como consecuencia de las demandas del mercado en el mundo actual. Por lo tanto, la cuestión depende de qué puede hacerse para asegurar que la producción de artesanías para el mercado turístico no provoque una pérdida de patrimonio cultural.

[Fin del Anexo y del documento]