

**LA VULNERABILIDAD DEL SECTOR ARTESANAL
COLOMBIANO EN EL ÁMBITO NACIONAL
E INTERNACIONAL COMO “NEGOCIO DE
CONOCIMIENTO TRADICIONAL”. ESTUDIO
DE CASO: LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN
ARTESANAL GUACAMAYAS EN EL ACUERDO
COMERCIAL ENTRE COLOMBIA, PERÚ
Y LA UNIÓN EUROPEA**

NATALIA ANDREA MANQUILLO ASTAÍZA*

RESUMEN

Las artesanías pueden considerarse como un símbolo de conservación cultural y como un negocio en el comercio exterior. Este artículo propone entender la artesanía como un *negocio de conocimiento tradicional*. Para ello, la primera parte del texto abordará las características del sector artesanal colombiano y algunos factores que lo afectan en el ámbito nacional e internacional. La segunda parte se encargará de reconstruir el problema sobre la desprotección jurídica de la denominación de origen artesanal *Guacamayas* en el Acuerdo Comercial entre Colombia, Perú y la Unión Europea. Aquí se hallará una de las principales razones de la vulnerabilidad del sector artesanal: la desprotección jurídica en el campo de la propiedad intelectual. La conclusión de este texto mostrará que solo cuando sean superados los imaginarios sociales errados, suplidas las necesidades de las comunidades artesanales y se fortalezca el derecho a la propiedad intelectual sobre las artesanías de cara al

* Abogada de la Universidad del Cauca, de Popayán (Cauca), Magíster en Derecho Internacional con énfasis en Derecho Internacional de los Negocios, de la Universidad Externado de Colombia. Con experiencia profesional en Derecho público y privado. Interesada en la academia y la investigación, en particular en temas relacionados con la propiedad intelectual, unida a problemas que impacten a la sociedad colombiana, como el caso del sector artesanal del país. Londres (Inglaterra). Contacto: natyk1204@hotmail.com. Fecha de recepción: 8 de septiembre de 2019. Fecha de aceptación: 6 de noviembre de 2019. Para citar el artículo: MANQUILLO ASTAÍZA, NATALIA ANDREA. La vulnerabilidad del sector artesanal colombiano en el ámbito nacional e internacional como ‘negocio de conocimiento tradicional’. Estudio de caso: la denominación de origen artesanal *Guacamayas* en el Acuerdo Comercial entre Colombia, Perú y la Unión Europea. *Revista La Propiedad Inmaterial* n.º 28, Universidad Externado de Colombia, julio-diciembre 2019, pp. 167-209. doi: <https://doi.org/10.18601/16571959.n28.06>

Derecho internacional, se podrán garantizar la conservación del legado cultural y el crecimiento de un sector de la economía nacional.

Palabras clave: Artesanía; Negocio de conocimiento tradicional; Propiedad intelectual; Denominación de origen; Indicación geográfica.

THE VULNERABILITY OF THE COLOMBIAN ARTESANAL SECTOR
IN THE NATIONAL AND INTERNATIONAL SCOPE AS 'BUSINESS OF
TRADITIONAL KNOWLEDGE'. CASE STUDY: THE ARTESANAL DENOMINATION
OF ORIGIN *GUACAMAYAS* IN THE TRADE AGREEMENT BETWEEN COLOMBIA,
PERÚ AND THE EUROPEAN UNION

ABSTRACT

The Handicrafts can be considered as a symbol of cultural conservation and as a business in the exterior commercial sector. This article proposes to understand the handicrafts as a "business of traditional knowledge". For that reason, the first part of the text approaches the characteristics of the Colombian handicrafts sector and some factors that affect it in the national and international scope. The second part undertakes the reconstruction of the problem about the legal lack of protection of the handicrafts denomination of origin *Guacamayas* in the commercial agreement between Colombia, Peru and the European Union. Here we will find one of the main reasons of the vulnerability in the handicrafts sector: the lack of legal protection in the intellectual property field. The conclusion of this text will show that only when the needs of the artisanal communities have been met and the right to intellectual property on handicrafts is strengthened in the face of international law, the preservation of the cultural legacy and the growth of a sector of the national economy can be guaranteed.

Keywords: Handicrafts; Business of Traditional Knowledge; Intellectual Property; Denomination of Origin; Geographical Indication.

En el comercio exterior, las artesanías se han posicionado como un negocio internacional rentable que ha permitido considerarlas como un sector que impulsa la economía nacional. Siguiendo esta idea, el reconocimiento y la protección jurídica de las *denominaciones de origen artesanales* colombianas en los acuerdos comerciales y, especialmente, aquel con la Unión Europea, aportaría al crecimiento del negocio artesanal y a la consolidación de su economía.

En ese orden de ideas, el presente artículo busca resolver el problema de la desprotección jurídica de la denominación de origen artesanal *Guacamayas* de Colombia señalada en el Anexo III, Apéndice II, del acuerdo comercial suscrito entre Colombia, Perú y la Unión Europea (en adelante, El Acuerdo). Para tal

efecto, son analizadas las *denominaciones de origen e indicaciones geográficas* como derechos de propiedad intelectual que dotan de un valor agregado a esta clase de productos por los factores naturales y humanos que incorporan.

La investigación es realizada desde un ámbito académico a partir de las fuentes formales del Derecho (fuentes primarias y fuentes secundarias). Al mismo tiempo, este texto se enriquece con un trabajo de campo logrado a través de entrevistas y derechos de petición a los principales actores del sector artesanal colombiano. El artículo adopta una estructura dual antecedida por un aparte conceptual y otro estadístico: inicialmente se aborda la noción de artesanía ligada al conocimiento tradicional de comunidades locales e indígenas y, posteriormente, mediante cifras estadísticas se demuestra que las artesanías constituyen un negocio internacional económicamente rentable en el comercio internacional. En este contexto, se propone el concepto del *negocio del conocimiento tradicional*, ya que no solo puede predicarse la relevancia de las artesanías por los dividendos que produce año a año, sino por ser una actividad que garantiza la pervivencia y conservación del legado cultural de comunidades originarias a través del conocimiento tradicional heredado generación tras generación.

Los dos capítulos abarcan individualmente y como problema jurídico los principales inconvenientes que el sector artesanal colombiano enfrenta. En el primer capítulo, se estudian, desde el ámbito nacional, algunos de los imaginarios sociales y factores de institucionalidad que afectan al sector artesanal. En el segundo, desde el ámbito internacional, se estudian las *denominaciones de origen* (DO, en adelante) e *indicaciones geográficas* (IG en adelante) en un entorno histórico y conceptual. Posteriormente, se analiza parte de la historia de las DO artesanales *Guacamayas* y *Chulucanas*, de Colombia y Perú, respectivamente, las cuales fueron dispuestas en el Anexo XIII, Apéndice II, de El Acuerdo. Luego, se arribará al problema relacionado con la desprotección jurídica en el campo de la propiedad intelectual de la DO *Guacamayas* de Colombia, en razón de la exclusión tácita del artículo 207 y 210 de El Acuerdo. El propósito será mostrar la ausencia de una regulación unitaria para las IG artesanales, contrario a lo sucedido con las IG de productos agroalimenticios, como los vinos, bebidas espirituosas y vinos aromatizados del Apéndice I¹, los cuales cuentan con unidad de

1 En cuanto a las indicaciones geográficas agroalimenticias del Anexo XIII, Apéndice I, Colombia logró el reconocimiento de la Cholupa del Huila (fruta), y Perú, el Maíz Blanco Gigante de Cusco, Pallar de Ica y el Pisco como bebida espirituosa, y la Unión Europea, 60 indicaciones geográficas agroalimenticias. Las indicaciones geográficas artesanales como agroalimenticias señaladas en el Acuerdo provenientes de Colombia y Perú eran para el momento las únicas con declaración de denominación de origen, según la Decisión Andina 486 de 200 CAN.

Reglamentos² para su protección jurídica. Posteriormente, serán puestas en consideración las labores emprendidas por la Unión Europea para la expedición de esta legislación.

Finalmente, son presentadas las conclusiones y recomendaciones propias de la investigación, con las cuales se confirma que el sector artesanal del país implica una relación entre lo acontecido a nivel nacional y lo internacional, y donde las medidas tomadas a favor de los artesanos tendrán consecuencias en la conservación de la tradición cultural del país y el fortalecimiento de este negocio internacional en la Unión Europea. En una frase: en la medida en que logremos entender las artesanías en sus dimensiones culturales y económicas, se podrá garantizar tanto la supervivencia de las artesanías y los grupos artesanales como la activación de un sector importante de la economía nacional.

I. DEL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

Las artesanías carecen de una definición aceptada universalmente. No obstante, la planteada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI] se muestra como la más acertada. La OMPI en *La propiedad intelectual y la Artesanía Tradicional*³ describe la artesanía, productos artesanales u obras creativas tradicionales como aquellas que se encuentran enmarcadas dentro de cinco características comunes, sintetizadas así: i) son obras producidas por artesanos de forma enteramente manual o con la ayuda de herramientas manuales o el uso de medios mecánicos; ii) son representaciones o expresiones, símbolos de la cultura del artesano; iii) comprenden una amplia gama de productos hechos de materias primas; iv) se caracterizan por ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas, y v) no hay restricción en cuanto a la cantidad de producción y no hay dos piezas exactamente iguales.

Respecto a su importancia cultural, se admite lo planteado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], la cual señala que son una “expresión artística cuyos cimientos descansan en las tradiciones de una comunidad. Su base es la transmisión del conocimiento a través de generaciones, muchas veces en forma oral, por lo que lo conecta, por una

2 Algunos reglamentos que han permitido la unidad de regulación jurídica para las indicaciones geográficas de productos agroalimenticios, vinos, bebidas espirituosas y vinos aromatizados, han sido el Reglamento (UE) n.º 1151/2012 sobre los regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios, llamado Reglamento «calidad»1; el Reglamento (UE) n.º 1308/2013 para los productos vitivinícolas, llamado Reglamento «único para las OCM»; el Reglamento (UE) n.º 110/2008 para las bebidas espirituosas, 3, y el Reglamento (UE) n.º 251/2014 para los vinos aromatizados.

3 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPI. Publicación No 5 del año 2016 “n.º 5 La Propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional, 2016, p. 2, disponible en: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_5.pdf. Consultado: 5 mayo de 2018.

parte, con el patrimonio inmaterial⁴, y con el concepto de cultura propuesto por la doctrina, la cual “no se transmite genéticamente sino mediante la convivencia, a través de procesos educativos, prácticas habituales, ejemplo, ritos etc. La cultura sirve de guía a un individuo, [lo] que distingue la cultura de la personalidad de cada individuo, es que ésta se comparte por el colectivo”⁵.

Al considerar las definiciones anteriores, resulta procedente unir el concepto de artesanía al de conocimiento tradicional, definido este último por algunos tradistas como “el conjunto de conocimientos, creaciones, innovaciones y demás expresiones culturales de una comunidad, (...) transmitidos de generación en generación que se consideran patrimonio de un determinado pueblo o nación”⁶.

Sumado al fundamento doctrinal, la Corte Constitucional Colombiana aporta el concepto más ajustado a la trascendencia del conocimiento tradicional en su sentencia T-477/2012, así:

El conocimiento tradicional hace parte de la identidad cultural de las comunidades étnicas y es la manifestación del patrimonio cultural intangible (...), que debe ser protegido en aras de promover la identidad cultural y de ser usado o apropiado abusivamente por terceros, pues contiene el derecho a la vida misma de dichas comunidades y son el reflejo de su relación con la tierra, con sus antepasados, con su cosmogonía, con su historia, es así una actividad intelectual que se manifiesta en el campo social, cultural, ambiental y político, producto de muchas generaciones de relación con el mundo en general que hace que dicho conocimiento sea consistente y válido”⁷ (destacado fuera del original).

Dicho lo anterior, cuando la actividad artesanal es vista como conocimiento tradicional, es decir, cuando se parte del derecho a la vida misma de una comunidad que se expresa en sus obras artesanales, logra evidenciarse la trascendencia de las artesanías en un contexto de exclusividad y valor agregado hacia el consumidor final, lo que bien podría decirse en términos de Hegel, “una obra de arte [...]

4 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO. *Artesanía y Diseño*, disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/> Consultado: Mayo 5 de 2018.

5 BARBER, JOSÉ; DARDER, FIDEL, *Dirección de Empresas Internacionales*, Ed. Pearson Educación. ISBN: 9788420540894, 2004. Citado por GALLEGOS SILDARRIAGA, JUAN, Introducción a los Negocios Internacionales, *Rev. Esumer* Institución Universitaria, 2014, ISBN 978-958-8599-70-0, p. 16, disponible en: <https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/fei/libros/Introduccionalosnegociosinternacionales.pdf> Consultado Abril 05 de 2018.

6 BONILLA SABOGAL, CARLOS, Una pequeña aproximación al principio de veracidad en las denominaciones de origen e indicaciones de procedencia. *Revista e-Mercatoria*, Vol. 3, n.º 1, 2004, citado por PÉREZ VILLAREAL, JUAN, *La artesanía en el Derecho*, Colombia, *Revista Vniversitas*. Núm. 125, Julio 2012.s.p. Consultado: Enero 24 de 2018, disponible en: <http://basesbiblioteca.uexternado.edu.co:2048/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsvlx&AN=vlex.493037858&lang=es&site=eds-live>

7 Corte Constitucional, Sentencia T-477/2012. M.P. Adriana María Guillén Arango. 25 Junio 2012, disponible en: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2012/T-477-12.htm> Consultado: Mayo 28 de 2018

es tanto más excelente, cuanto más profunda es también la verdad interna de su contenido y su pensamiento”⁸.

Es así entonces como se justifica considerar las artesanías como un “negocio del conocimiento tradicional”, ya que no solo puede predicarse la relevancia de las artesanías por la rentabilidad del negocio en el comercio internacional, sino porque permite la conservación del legado cultural de comunidades originarias en Colombia. Esta simbiosis cultural y económica ha sido denominada por la doctrina como teoría del consumo cultural y conceptualizada como el “conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”⁹.

En consecuencia, las artesanías tienen la potencia de constituirse en las dinámicas del comercio exterior como un negocio internacional, el cual es definido por algunos tratadistas como aquellos que “se originan por todas las transacciones comerciales entre dos o más países, donde participan tanto las empresas privadas como las del sector gubernamental”¹⁰, y que pueden involucrarse en las dinámicas de la globalización, la cual desde una mirada positiva permite que “los países conformen una red de negocios internacionales, lo que le afecta a uno, le puede afectar a otro. [Además] se han dado cuenta que en el largo plazo unos dependen de los otros para maximizar sus resultados”¹¹.

En lo que concierne a cifras del negocio internacional de las artesanías y su mercado en el exterior, PROCOLOMBIA¹² indica que las importaciones mundiales se encuentran lideradas por Estados Unidos, que representa el 19,4%, seguido por Alemania, con 7,2%; el Reino Unido, representado en el 5,3%, China, con 4,5%; Japón, con 4,2%, y Francia, con un 3,7%. Destaca que en el periodo comprendido entre los años 2012 y 2016 el comportamiento de las importaciones de artesanías a nivel mundial osciló en USD 30,96 mil millones, cerrando para el año 2016 con un total de USD 30,77 mil millones¹³, como a continuación se grafica:

8 HEGEL, GEORG WILHELM FRIEDRICH, *Lecciones de Estética*, Buenos Aires, Argentina, La Pléyade, 1977. p. 150.

9 SUNKEL, GUILLERMO, 1999, *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, 1999. ISBN. 9586980111, p.15, disponible en: https://www.google.com/url?q=http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4686/3650&sa=U&ved=0ahUKEwi_092li7LdAhXPo1kKHfZ0DDEQFggEMAA&client=internal-uds-cse&cx=001465564511352097470:5raxdz3ua_0&usq=AOvVaw0RWfNgRykZb4Isd3FTBwu_. Consultado: Mayo 20 de 2018

10 DANIELS, JOHN; RADEBAUGH, LEE. y SULLIVAN, DANIEL, *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones*, Décimo segunda edición, Ed.Pearson Educación, México, 2010, ISBN:978-607-442-386-7, pp. 122-123.

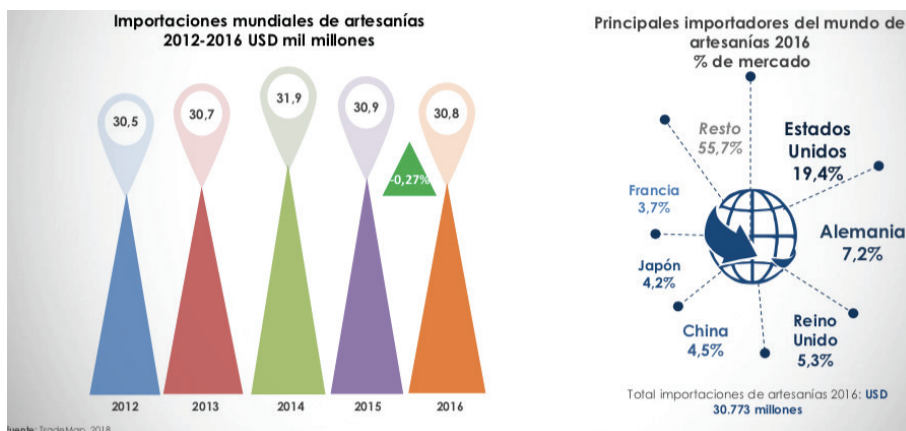
11 HERNÁNDEZ CONTRERAS, FERNANDO, *Introducción a los negocios internacionales*, Universidad Autónoma de Tamaulipas, México, 2013, ISBN-13: 978-84-16036-55-4, p.13, disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/index.htm>. Consultado: Agosto 18 de 2018.

12 PROCOLOMBIA Entidad asociada al Ministerio de Comercio Industria y Turismo de Colombia.

13 Respuesta de PROCOLOMBIA. Consulta PQRS 6948 del 15 de mayo de 2018, vía correo electrónico. Elizabeth Cadena Fernández Primer Suplente del Representante

GRÁFICA I.

IMPORTACIONES MUNDIALES DE ARTESANÍA 2012 – 2016



Fuente: PROCOLOMBIA “Colombia aliado estratégico en el sector de artesanías – 2018”¹⁴.

De los porcentajes se confirma que este negocio internacional año tras año ha generado gran cantidad de divisas para los países que han logrado consolidar el sector artesanal como un motor de sus economías. También se concluye que si bien Europa no ha sido el mayor importador a nivel mundial de artesanías en términos porcentuales, sí representa el segundo destino de consumo y a ello se debe la importancia de la suscripción de El Acuerdo y el reconocimiento jurídico de la denominación de origen artesanal Guacamayas, de Colombia en la Unión Europea.

Con las precisiones conceptuales y estadísticas propuestas, se procederá al estudio sobre las dificultades del negocio artesanal desde el ámbito nacional, en el cual serán objeto de análisis los factores que ha enfrentado el sector artesanal para consolidar su negocio internamente. Estas dificultades, como se verá más adelante, son reflejadas en el comercio exterior por las cifras de exportación no representativas, pese a que Colombia cuenta con una gran variedad de productos artesanales que le permitirían integrarse a las dinámicas comerciales de este mercado particular, al tiempo de posicionar sus productos y convertir el sector en un motor que impulse un sector de la economía del país.

DE LAS DIFICULTADES Y FACTORES PROBLEMÁTICOS NACIONALES

En el ámbito nacional existen ocho grandes dificultades para el sector artesanal. La primera consiste en un *imaginario social*, el cual, a partir de las entrevistas realizadas,

Legal para Asuntos del Fideicomiso PROCOLOMBIA, disponible en: RepresentanteLegal@procolombia.co, Junio 5 de 2018. Informe: “Colombia aliado estratégico en el sector de artesanías – 2018”, p. 7.

¹⁴ Respuesta de PROCOLOMBIA. Consulta PQRS 6948 del 15 de mayo de 2018, *op. cit.*, p. 7.

confirma el olvido del sector ante la baja o nula relevancia que se le ha dado, pues no es considerado desde el ámbito económico como un negocio rentable para el país. En la historia, el sector artesanal ha enfrentado opiniones poco alentadoras que afirman que “durante la época colonial, los valores sociales de los gremios artesanales fueron alterados al considerarlos oficios viles y de baja posición social”¹⁵. Otras posturas señalan que “las artesanías no son aceptadas por todos los sectores de la población, ya que para algunos las artesanías resultan ridículas por anacrónicas, [en tanto que] demuestran el atraso industrial del país o porque se les califica de productos pobres”¹⁶. De los imaginarios expuestos, cobra sentido que en un país como Colombia el sector artesanal esté relegado de la esfera económica, pues la esencia de la actividad artesanal no es la elaboración de productos con destino al intercambio o como fuente de recursos, sino como un medio de conservación cultural de las comunidades dedicadas a esta actividad.

La segunda dificultad es la *institucionalidad*, que comprende una serie de factores sociales y jurídicos. Sobre el primero de ellos, relativo a la “composición del sector artesanal”, la OMPI en su revista *Artesanías de Colombia* expresó que “cerca de un millón de colombianos viven de forma directa o indirecta del sector de la artesanía, particularmente dinámico en el país. Este sector, que contribuye notablemente a la economía nacional, cuenta con unos 350.000 artesanos, de los cuales aproximadamente el 60% procede de zonas rurales y de comunidades indígenas, y el 65% son mujeres”¹⁷.

De otra parte, PROCOLOMBIA en su más reciente informe *Colombia aliado estratégico en el sector de artesanías* precisó que

El sector artesanal colombiano cuenta con aproximadamente 300.000 artesanos, los cuales se ubican en su mayoría en las regiones de la Costa Atlántica y Eje Cafetero, y en los departamentos de Nariño, Boyacá, Putumayo, Santander y Tolima, encontrando también un grupo importante y representativo en el Distrito Capital. En las zonas indígenas, la producción artesanal es una actividad muy importante y quizá la única a través de la cual se genera valor con destino al intercambio¹⁸.

15 MAYOR MORA, ALBERTO, Cabezas duras y dedos inteligentes: Estilo de vida y cultura técnica de los artesanos colombianos desde el siglo XIX, *Cuadernos de Economía*, Bogotá. Instituto Colombiano de Cultura Colcultura, pp. 20-68.

16 NOVELO, V. (1994). *La artesanía como problema*. Hojarasca, 32, 51-54, citado por HERNANDEZ GIRÓN, JOSÉ; YESCAS LEÓN, MARÍA; DOMÍNGUEZ HERNÁNDEZ, MARÍA, Factores de éxito en los negocios de artesanía en México, *Rev. Estudios Gerenciales*, Vol. 23 n.º 104, 2007, pp. 77-99, disponible en: https://ac.els-cdn.com/S0123592307700189/1-s2.0-S0123592307700189-main.pdf?_tid=f46f9e35-3a68-4f23-8ccb-fb159cddb1ab&acdnat=1537115703_6fcac756ec15300513acece6f997a2aa. Consultado: Mayo 20 de 2018,

17 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI. *Revista de la OMPI: Artesanías de Colombia*, Noviembre 2006, disponible en: http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2006/06/article_0002.html. Consultado: Mayo 5 de 2018

18 Respuesta de PROCOLOMBIA. Informe: Colombia aliado estratégico en el sector de artesanías – 2018, *op. cit.*, p.3.

En otras palabras, el sector artesanal colombiano requiere de los entes gubernamentales políticas ajustadas a sus necesidades y a su cosmovisión, de tal forma que este forme su agenda y decida qué cuestiones o demandas son de interés público y ponderar las opciones de acción para encararlas¹⁹, dado que los artesanos (en el contexto propuesto) en su mayoría proceden de zonas rurales, son mujeres, pertenecen a cabildos indígenas o comunidades locales campesinas, y en ocasiones han sido desplazados de su territorio por la violencia, lo que les ha dado la categoría de “sujetos de especial protección constitucional”, aspecto sobre el cual la Corte Constitucional colombiana ha expresado:

(...) su situación de debilidad manifiesta los ubican en una posición de desigualdad material con respecto al resto de la población, [por lo que la pertenencia] a estos grupos poblacionales tiene una incidencia directa en la intensidad de la evaluación del perjuicio, habida cuenta que las condiciones de debilidad manifiesta obligan a un tratamiento preferencial en términos de acceso a los mecanismos judiciales de protección de derechos, a fin de garantizar la igualdad material a través de *discriminaciones afirmativas a favor de los grupos mencionados*²⁰ (destacado fuera del original).

El tercer factor problemático es el relativo a la *educación de los artesanos*, puesto que representan “un *analfabetismo* del 17%, cifra que es un poco más alta al analfabetismo total del país el cual es del 13%”²¹. Dicho de otro modo, la mitad de los artesanos “no ha superado el nivel primario de la educación, solo [lo] ha logrado el 18%, y en términos de la educación secundaria solo el 8% finaliza este nivel de educación”²².

El cuarto factor problemático está relacionado con los *canales de comercialización* de las artesanías en Colombia, el cual estructura de la siguiente manera, según PROCOLOMBIA²³:

19 AGUILAR VILLANUEVA, LUIS, *La hechura de las políticas públicas*. Ed. Miguel Ángel Porrúa Grupo Editorial. México. 1992. ISBN: 968842319-1. p.10. Octubre 2 de 2018, disponible en: https://cienciadelapolitica.files.wordpress.com/2017/02/luis-aguilavillanueva_la-hechura-de-las-politicas.pdf

20 Colombia. Corte Constitucional. Sentencia T-196/2019. M.P. José Fernando Reyes Cuartas. 14 Mayo 2019, disponible en: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2019/t-196-19.htm>. Consultado: Junio 28 de 2019

21 Colombia. Artesanías de Colombia. *Diagnóstico del Sector Artesanal Colombiano*, disponible en: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/2479/1/INST-D%201998.%208.pdf>. Consultado: Octubre 20 de 2017.

22 *Ibidem*.

23 Colombia. PROCOLOMBIA. *Informe: Oportunidades para el sector artesanías - 2015*. Diapositiva 10. Presentaciones en formato Power Point, suministradas en la entrevista realizada en Mayo 4 de 2018 en las instalaciones de la Entidad. Información interna no publicada en el portal web.

GRÁFICA 2.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES



Fuente: PROCOLOMBIA. “Oportunidades para el sector artesanías” octubre de 2015²⁴.

De la gráfica anterior es evidente, como lo plantea la doctrina, que “el aprovechamiento de estos productos artesanales, y el establecimiento de estrategias y políticas adecuadas de producción, promoción, comercialización de los diversos productos artesanales, debería garantizar que los beneficiarios directos sean los propios artesanos productores, y no los intermediarios que comercializan dichos productos”²⁵.

Es entonces evidente que el artesano es concebido en el canal de comercialización únicamente durante la primera etapa –producción–, desligándolo de todo el proceso hasta que llega al consumidor final, lo que implica una pérdida del control sobre el producto del cual es artífice. En otros términos, los artesanos se ven obligados o bien a vender a cambio de precios irrisorios sus productos a intermediarios que dominan los canales de distribución y comercialización a nivel nacional e internacional, o bien a renunciar al ejercicio y práctica de su actividad por la baja rentabilidad que les produce en comparación con los dividendos obtenidos por los intermediarios.

El quinto factor es la *ausencia de un sistema de registro nacional* a nivel institucional que contenga un censo con cifras exactas de los artesanos, las líneas de producción, su ubicación, las necesidades básicas a satisfacer, las pymes (mipymes y cooperativas o unidades asociativas artesanales), las certificaciones obtenidas, entre otros. Los datos recogidos por la entidad que lidera el sector, *Artesanías de Colombia*, no corresponden a la realidad actual del país; prueba de ello es que esta entidad, “en el año de 1998, realizó el *Censo Económico Nacional del Sector Artesanal* para contar con cifras estadísticas que le permitiera cuantificar el sector y formular

24 *Ibidem*.

25 SOLÓRZANO GIL, MÓNICA, La creatividad como motor de desarrollo - El caso de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas y la declaratoria de ciudad creativa por la artesanía y arte popular de la UNESCO - Creativity as a development motivator. Universidad Jesuita de Guadalajara, México. *Revista Turismo y Patrimonio*. Vol. 11, Mayo 2017. ISSN: 16809556. p. 106, disponible en: <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=125971296&lang=es&site=eds-live&scope=site>. Consultado: Agosto 12 de 2018.

políticas, registrando 58.821 personas que, en promedio, destinaban más del 70% de su actividad a la producción de artesanías²⁶. Si bien esta información aporta a la evolución y control de la actividad artesanal, no puede tenerse como cierta para tomar decisiones en la materia, puesto que dichos datos no fueron actualizados en el transcurso de los últimos veinte años.

El sexto factor problemático es la *ausencia de una ley artesanal actual* que recoja las necesidades de los artesanos, en tanto que Colombia cuenta con una ley desactualizada, la Ley 36 de 1984, también conocida como la Ley del Artesano, junto con su Decreto reglamentario 258 de 1987. La obsolescencia que pudiera predicarse de esta ley obedece a los proyectos de ley fallidos que han pretendido actualizar y adecuar la normatividad a la realidad material de hoy en día. No obstante, como lo señalaron algunos funcionarios y exfuncionarios de Artesanías de Colombia, en entrevistas realizadas para esta investigación, y los cuales pidieron que no se divulgara su identidad, “la importancia del sector artesanal y el presupuesto asignado para Artesanías de Colombia se condiciona al gobierno de turno (...) no hay voluntad política para el sector artesanal del país, de eso dan cuenta los proyectos de ley que han resultado fallidos ante el Congreso de la República”.

El séptimo factor problemático es el *desconocimiento de los derechos de propiedad intelectual* por parte de los artesanos y funcionarios de las entidades que lideran el sector artesanal colombiano²⁷, es decir, de acuerdo con el trabajo de campo realizado, estos actores desconocen los derechos que protegen las piezas artesanales, su definición, el régimen jurídico aplicable y la importancia e impacto de estos para el comercio de las artesanías.

Con el fin de enriquecer la investigación con la voz de una artesana, en el marco del Primer Mercado de Denominaciones de Origen Colombianas del 18 al 20 de mayo del año 2018 organizado por *Artesanías de Colombia*, se entrevistó a Omaira Manrique Gómez el 19 de mayo, representante legal de CREARCOOP Ltda. Esta mujer artesana oriunda del municipio de Guacamayas, Boyacá, quien por años ha llevado el legado artesanal heredado de su familia y su pueblo, comentó respecto a la importancia de que las artesanías *Guacamayas* hayan sido declaradas por la Superintendencia de Industria y Comercio (en adelante SIC), como denominación de origen:

(...) yo sé que es bueno e importante, pero otros artesanos dicen que ahorita que estamos en el trámite de renovación de la denominación de origen y de la creación del

26 Colombia. Artesanías de Colombia. *El sector en Colombia: El sector artesano en Colombia. Caracterización*, disponible en: http://www.artesantiasdecolombia.com.co:8080/PortalAC/C_sector/caracterizacion_81. Consultado: Octubre 20 de 2017.

27 Es importante aclarar que en el Estado colombiano, el sector artesanal colombiano se encuentra liderado por el Sector Administrativo de Comercio, Industria y Turismo integrado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MINCIT) y sus entidades adscritas y vinculadas, particularmente en el tema artesanal se encuentra Artesanías de Colombia S.A, entidad vinculada al MINCIT y PROCOLOMBIA.

Consejo Regulador, no le pongamos cuidado a eso y que eso en vez de darnos plata nos pone a sacar dinero con el que no contamos.

Finalmente, el octavo factor que sobresale es la *ausencia de cifras y estadísticas de exportación del negocio artesanal colombiano* en el comercio internacional, ya que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MINCIT]²⁸, líder del sector artesanal, no recoge ni proporciona información sobre la evolución económica del sector, así como tampoco lo hace el Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE], ni la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales [DIAN], entidades públicas que limitan su actividad a suministrar datos estadísticos del comercio exterior a partir de la totalidad de partidas arancelarias sin particularizar. Si bien el comercio internacional ha permitido y sigue permitiendo el desarrollo económico de muchos países²⁹, es evidente que estas entidades deben concretar su labor de consolidar información del sector artesanal del país.

A pesar de lo anterior, no puede dejarse de lado la labor de Artesanías de Colombia como entidad vinculada al MINCIT, la cual impulsa “la promoción y desarrollo de todas las actividades económicas, sociales, educativas y culturales, necesarias para el progreso de los artesanos del país y del sector artesanal”³⁰. Esta entidad articula su labor con PROCOLOMBIA, la cual que provee datos y análisis del negocio artesanal del país a nivel de comercio exterior a través de la publicación de informes de análisis sectoriales, perspectivas y recomendaciones para el sector artesanal colombiano, con el propósito de promover el posicionamiento de las empresas nacionales en el exterior por medio del fomento a la inversión³¹.

Pese a lo que pudiera creerse con las estadísticas suministradas por PROCOLOMBIA, lo cierto es que no puede afirmarse que los valores y porcentajes, que en líneas posteriores serán expuestos, obedezcan al fruto de la labor comercial de exportación de un artesano propiamente dicho, es decir, que las “artesanías” cuan-

28 El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo es el encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las regiones de Colombia para mejorar su competitividad y su sostenibilidad e incentivar la generación de mayor valor agregado.

29 PEÑAVINCES, JESÚS, Análisis comparativo de la competitividad de las economías del Perú y Chile desde un enfoque global. *Journal of Economics, Finance & Administrative Science*, Vol. 14, n.º 27, Diciembre 2009, ISSN: 20771886. Fuente Académica, EBSCOhost p. 88, disponible en: <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=47189445&lang=es&site=eds-live&scope=site>. Consultado: Agosto 13 de 2018.

30 Colombia. Artesanías de Colombia. Estatutos - Artículo 5. Objeto. Mayo 24 de 2013, disponible en: http://artesaniasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/8523_estatutos_artesanias_de_colombia_mayo_24_2013.pdf Consultado: 29 mayo de 2018.

31 Colombia. PROCOLOMBIA. Misión y Visión. “Misión: Contribuir al crecimiento sostenible, a la transformación productiva, a la generación de empleo, al posicionamiento de Colombia y a la diversificación de mercados; a través de la promoción de las exportaciones de bienes no minero-energéticos y servicios, turismo internacional, inversión extranjera directa, expansión de las empresas colombianas en el exterior y la marca país”, disponible en: <http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia/mision-y-vision>. Consultado: Agosto 12 de 2018.

tificadas en los valores consolidados sean el resultado del conocimiento tradicional de una comunidad local o indígena y cumplan las cinco características anotadas en su momento por la OMPI, pues dentro de los factores problemáticos internos se destaca el analfabetismo, la ausencia de un censo de artesanos y sus líneas artesanales, la informalidad de la actividad y, sobre todo, la realidad de los canales de comercialización, aspectos todos que guardan relación directa con lo acontecido a nivel internacional con el negocio artesanal colombiano.

DE LA ARTESANÍA COMO NEGOCIO EN COLOMBIA

Pese a la realidad señalada, para efectos económicos y de comercio internacional, PROCOLOMBIA se configura como el marco de referencia del comportamiento del sector artesanal colombiano. Una vez consultada la entidad, esta suministró las partidas arancelarias de 10 dígitos que componen la clasificación arancelaria de *artesanías*, la cual utilizan en sus informes con su respectiva desagregación en subsectores, así³²:

TABLA I.
PARTIDAS ARANCELARIAS – SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO

Subsector	Posición	Descripción Posición
Cerámica	6911100000	Artículos para el servicio de mesa o de cocina, de porcelana.
Cerámica	6911900000	Los demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de porcelana.
Cerámica	6912000000	Vajilla y demás artículos de uso doméstico, higiene o tocador, de cerámica, excepto porcelana.
Cerámica	6913100000	Estatuillas y demás objetos de adorno, de porcelana.
Cerámica	6913900000	Las demás estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica.
Cerámica	6914100000	Las demás manufacturas de porcelana.
Cerámica	6914900000	Las demás manufacturas de cerámica.
Cerámica	7013100000	Artículo de vitrocerámica, para adornos de interiores o usos similares, excepto los de las partidas 70.10 o 70.18.
Cerámica	7013410000	Artículo para servicio de mesa (excluidos los recipientes para beber) o cocina, de cristal al plomo, excepto los de vitrocerámica.
Cerámica	7013420000	Artículo para servicio de mesa (excluidos los recipientes para beber) o cocina, de vidrio con un coeficiente de dilatación lineal inferior o igual a 5 x 10-6 por kelvin, entre cero grados centígrados y 300 grados centígrados.
Cerámica	7013490000	Los demás artículos para el servicio de mesa (excluidos los recipientes para beber) o de cocina, de vidrio, excepto los de vitrocerámica.
Cestería	4601210000	Esterillas, esteras y cañizos, de materia vegetal, de bambú.
Cestería	4601220000	Esterillas, esteras y cañizos, de materia vegetal, de roten (ratán).
Cestería	4601290000	Las demás esterillas, esteras y cañizos, de materia vegetal.
Cestería	4602110000	Artículo de cestería obtenidos directamente en su forma, de bambú.
Cestería	4602120000	Artículo de cestería obtenidos directamente en su forma, de roten (ratán).
Cestería	4602190000	Los demás artículos de cestería obtenidos directamente o en su forma, de materia vegetal.
Cestería	4602900000	Los demás artículos de cestería obtenidos directamente o en su forma con materias trenzables o confeccionados con artículos de la partida 46.01, manufacturas de lufa.
Demás manufacturas u objetos de adorno	3406000000	Velas, cirios y artículos similares.
Encajes hechos a mano	5804300000	Encajes hechos a mano, en piezas, tiras o motivos.
Estatuillas	3926400000	Estatuillas y demás objetos de adorno, de plástico y de las demás materias de las partidas 39.01 a 39.14.

32 Respuesta de PROCOLOMBIA. Consulta PQRS 6948 del 15 de mayo de 2018, vía correo electrónico, *op. cit.*

Subsector	Posición	Descripción Posición
Estatuillas	4420100000	Estatuillas y de más objetos de adorno, de madera.
Estatuillas	8306210000	Estatuillas y de más objetos de adorno de metal común, plateados, dorados o platinados.
Estatuillas	8306290000	Las demás estatuillas y objetos de adorno, de metal común.
Mantas	6301201000	Mantas de lana.
Manufactura de vidrio	7020009000	Las demás manufacturas de vidrio.
Prod. Animal, veg. y minerales	9601900000	Las demás materias animales, hueso, concha de tortuga, cuerno, asta, coral, nácar y demás materias animales para tallar, trabajadas y manufacturas de estas materias (incluso las obtenidas por molde).
Tapicería	5805000000	Tapicería tejida a mano (gobelinos, flandes, aubusson, beauvais y similares) y tapicería de aguja (por ejemplo: de "petit point", de punto de cruz), incluso confeccionadas.
Trenzas y artículos similares	4601920000	Trenzas y artículos similares, de materia trenzable, in duso ensamblados en tiras; materia trenzable, trenzas y artículos similares de materia trenzable, tejidos o paralelizados, en forma plana, in duso terminados, de bambú.
Trenzas y artículos similares	4601940000	Trenzas y artículos similares, de materia trenzable, in duso ensamblados en tiras; materia trenzable, trenzas y artículos similares de materia trenzable, tejidos o paralelizados, en forma plana, in duso terminados, de las demás materias vegetales.
Trenzas y artículos similares	4601990000	Las demás trenzas y artículos similares, de materia trenzable, in duso ensamblados en tiras; materia trenzable, trenzas y artículos similares de materia trenzable, tejidos o paralelizados, en forma plana, in duso terminados.

Fuente: PROCOLOMBIA³³.

Es de anotar que, en el momento de hacer un análisis cuantitativo de las cifras de comercio exterior, PROCOLOMBIA lleva a cabo una depuración de aquellas empresas que por su actividad económica no producen o comercializan productos de artesanías pero que, por una u otra razón, puedan estar registrando sus productos bajo algunas de las partidas arancelarias asociadas por PROCOLOMBIA para el sector³⁴.

Con esta precisión en mente, las partidas arancelarias señaladas (Tabla 1) revelan que el negocio artesanal colombiano se consolida en el exterior (Gráfica 1) y de allí su existencia, pues, según PROCOLOMBIA en respuesta a derecho de petición, son los países extranjeros los consumidores finales de esta clase de productos, situándose en orden de importancia “EEUU con el 30,9%, Aruba 12,1%, Ecuador 6,9%, Panamá 6,5% y Suiza 5,4%”³⁵.

En el panorama nacional, PROCOLOMBIA advierte en cuanto a los dividendos efectivamente percibidos por el país con ocasión del comercio internacional de sus artesanías, que estos han crecido durante los años 2012 a 2017, representados en USD 3,7 millones, caracterizados por un alza USD 4,4 millones en los años 2013 y 2014, y un decrecimiento a partir del año 2015 y 2016 con USD 3,5 y USD 3,1 millones respectivamente, retomando su alza en el año 2017 con USD 3,5 millones. La situación se muestra en la siguiente gráfica:

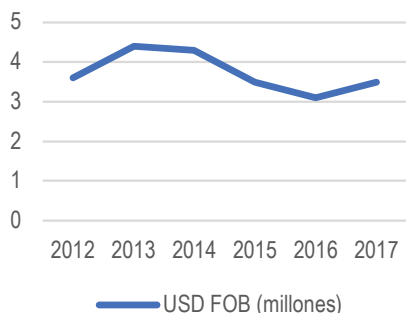
33 Respuesta de PROCOLOMBIA. Consulta PQRS 6948 del 15 de mayo de 2018, *op. cit.*

34 *Ibidem*.

35 *Ibidem*, p. 9.

GRÁFICA 3.

CRECIMIENTO EXPORTACIONES ARTESANALES DE COLOMBIA 2012-2017



Fuente: Proyección realizada por la autora según los datos de la tabla “Exportaciones colombianas de artesanías USD FOB (millones)”. Informe Procolombia “Colombia aliado estratégico en el sector de artesanías – 2018”³⁶.

Esta curva de crecimiento debe ser considerada en el contexto de las importaciones de artesanías a nivel mundial de la Gráfica 1, las cuales oscilaron para el año 2016 en USD 30,77 millones. Es decir, si Colombia en el año 2016 exportó USD 3,1 millones, significa que las exportaciones de sus artesanías representaron el 10% del total importado a nivel mundial, lo cual, si bien no es un porcentaje representativo, pone de presente la participación del sector artesanal del país en las dinámicas del comercio exterior.

Inmersos en las dinámicas del comercio internacional, las artesanías colombianas, con el fin de sobresalir en estos mercados, han optado por involucrar a su labor la *innovación* como un recurso estratégico para adquirir nuevo conocimiento, incrementar la competitividad y generar habilidades que intensifican la competencia en los negocios e impulsan un nivel mayor de rendimiento empresarial³⁷. Según PROCOLOMBIA, los productos innovadores en sus formatos y porcentualmente más representativos a nivel internacional han sido la tejeduría con el 57,52%, la madera con el 13,48% y la cerámica con el 7,37%³⁸, manteniendo su comportamiento estable desde el año 2016⁽³⁹⁾.

De lo hasta aquí dicho, se comprueba por qué el negocio artesanal no puede ser comparado con un negocio tradicional, sino, por el contrario, debe reconocerse como un sector *sui generis*, el cual reclama un esfuerzo mayor del Estado, debido

36 Respuesta de PROCOLOMBIA. Consulta PQRS 6948 del 15 de mayo de 2018, *op. cit.*

37 WANG, CHUN-HSIEN, A longitudinal study of innovation competence and quality management on firm performance. “Innovation competence and firm performance High-technology firms engage in innovation as a way to acquire knowledge, to increase competitiveness and to create new skills that intensify competition within the high-technology business environment”, *Revista Innovation: Management, Policy & Practice*, Vol. 16, n.º 3, Diciembre 2014. doi: 10.5172/impp.2014.16.3.392, p. 395, disponible en: <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=99801268&lang=es&site=eds-live&scope=site>. Consultado: Agosto 12 de 2018.

38 *Ibidem*, p. 4.

39 *Ibidem*, Informe: *Artesanías un sector con oportunidades para la exportación – 2016*, p. 7.

a su identidad cultural, sin caer en el error de “creer que existe una versión única verdadera de ella; que uno podría de algún modo determinar con precisión lo que pertenece y no pertenece a ella; y que es más o menos compartida por todos en la sociedad”⁴⁰, ya que es la cosmovisión de cada comunidad artesanal en particular la que se refleja en sus productos.

Por ello, no basta la creación de entidades que tengan dentro de su misión institucional la artesanía, sino que además requiere el diseño de políticas estatales concretas y de carácter integral, dado que, al parecer, el gobierno colombiano ha olvidado que la exclusividad de esta clase de productos y su historia cultural es el valor agregado de este sector en términos económicos a nivel internacional.

PARALELO COMPARATIVO ENTRE EL SECTOR ARTESANAL COLOMBIANO Y EL SECTOR ARTESANAL PERUANO

A continuación, se realiza un breve estudio comparativo entre Colombia y Perú, en cuanto países suscriptores de El Acuerdo. Perú, al igual que Colombia, logró incluir su DO artesanal *Chulucanas* en el Anexo XIII, Apéndice II, y por tanto, se muestra pertinente un estudio sobre los aspectos positivos a favor de su sector artesanal en comparación con Colombia.

Frente a la composición del sector artesanal en Perú, “la artesanía representa una de las actividades no agrícolas que pueden formar parte de una economía doméstica diversificada en los hogares rurales”⁴¹. Esta labor “contribuye al desarrollo económico descentralizado de las regiones por ser una de las actividades económicas más intensivas en mano de obra al vincular a más de 2 millones de personas, e incorpora a las mujeres de las zonas más alejadas y a las micro y pequeñas empresas que con identidad utilizan los recursos propios de cada comunidad”⁴².

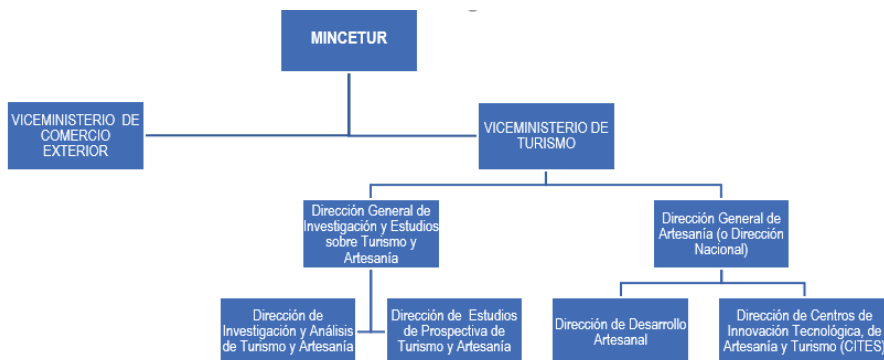
Respecto a la institucionalidad peruana, las artesanías cuentan con las siguientes entidades enfocadas en la satisfacción de las necesidades del sector:

40 LARRAÍN, JORGE, La identidad latinoamericana: Teoría e historia. *Estudios Públicos*, p. 60.

41 FORSTNER, KATHRIN, La artesanía como estrategia de desarrollo rural: El caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, n.º 72 2013. ISSN: 0122-1450, p. 143, disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com.ez.urosario.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=0c8c55a2-b122-43ac-909a-df5f14bb08fe%40pdc-v-sessmgr01>. Consultado: Agosto 12 de 2018

42 Perú. MINCETUR, UE-Perú/ PENX, y la Unión Europea. *Artesanía Perú, Handicrafts - Hecho a Mano Perú*. p.4. Consultado: Junio 3 de 2018, disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/otras_lecturas/Artesania_peruana.pdf

GRÁFICA 4.
ORGANIGRAMA MINCETUR



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR⁴³.

En Perú, la Dirección General de Artesanía del MINCETUR informó que el Registro Nacional del Artesano (RNA)⁴⁴ reportó 60.099 artesanos a finales de diciembre del 2016 con la meta de llegar a los 70.0000 artesanos a finales del año 2017^[45]. Por su parte, para el año 2018 el MINCETUR reportó que “a la fecha se encuentran en el RNA 74.390 artesanos registrados” siendo la “actividad textil [...] una de las líneas artesanales que cuenta con mayores inscritos en el RNA (61%), seguida de la fibra vegetal, metales preciosos y cerámicos”⁴⁶. Del mismo modo, el MINCETUR informó que en el RNA “del total de inscritos, el 72% son mujeres artesanas y el 28% son hombres [por su parte] el 59% de la población está concentrada en la regiones de Cusco con el 19% (11.646), Puno con 12% (6.927), Lima y Piura con el 9% cada una (5.451 y 5.298 respectivamente) y, Huánuco y Lambayeque con el 5% cada una (3.150 y 3.131 en el mismo orden)”⁴⁷. Se destaca que la composición de género del sector refleja que “tanto las mujeres como los hombres que participan

43 Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Organigrama del MINCETUR., disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/institucional/acerca-del-ministerio/organigrama/>. Consultado: Mayo 20 de 2018

44 El Registro Nacional del Artesano o RNA descrito en el artículo 30 de la Ley 29073 de 2007, es una herramienta que permite al Estado, a través de un censo determinar cuántos artesanos y artesanas existen a nivel nacional y las líneas artesanales que desarrollan, el RNA se encuentra a cargo de la Dirección Nacional de Artesanía del Viceministerio de Turismo en coordinación con los gobiernos regionales y locales.

45 Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. MINCETUR “Más de 60 mil artesanos se han inscrito en el Registro Nacional del Artesano al 2016”, disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/mas-de-60-mil-artesanos-se-han-inscrito-en-el-registro-nacional-del-artesano-al-2016/>. Consultado: Junio 24 de 2018

46 Respuesta del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Consulta Julio 16 de 2018, vía correo electrónico. Ingeniero Danmer A. Luna Malaver. Profesional TI - Registro Nacional del Artesano - Dirección General de Artesanía, disponible en: dluna@mincetur.gob.pe. Consultado: Julio 20 de 2018.

47 *Ibidem*.

en este tipo de intercambios están convencidos de que la producción artesanal y las ventas refuerzan su herencia cultural y fomentan el desarrollo económico”⁴⁸.

A nivel gubernamental, Perú, a través de la Dirección Nacional de Desarrollo de Comercio Exterior en coordinación con la Dirección Nacional de Artesanía y PROMPERU, ha implementado actividades que van desde la formalización del sector, la creación de la marca “Artesanía Hecho a Mano Perú”, la capacitación y transferencia tecnológica a través de los Centros de Innovación Tecnológica de Artesanía y Turismo [CITES]⁴⁹, que ofrecen a los artesanos una “capacitación integral que incluye cursos técnicos para el perfeccionamiento productivo, el mejoramiento de la organización empresarial, el conocimiento de técnicas de mercadeo y comercio exterior”⁵⁰.

En cuanto a las leyes artesanales, Perú cuenta con la actual Ley n.º 29073 del 23 de julio de 2007, conocida como la *Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento*, la cual logra la confluencia sector público y privado, según lo establece su artículo 2º cuando expresa:

Son fines de la presente Ley promover el desarrollo del artesano y de la artesanía en sus diversas modalidades, integrándolos al desarrollo económico del país, facilitar el acceso del artesano al financiamiento privado; mejorar sus condiciones de productividad, competitividad, rentabilidad y gestión en el mercado. (...) con el fin de hacer de la actividad artesanal un sector descentralizado, económicamente viable y generador de empleo sostenible⁵¹.

Con relación a la economía peruana, la doctrina ha destacado que “la estabilidad de la inflación y el impulso al crecimiento del PBI han hecho posible que el Perú sea un atractivo de inversiones internacionales, esto tras la obtención del grado de inversión y la confianza de los agentes económicos”⁵². Sin perjuicio de la postura

48 HENRICI, JANE. Género, turismo y exportación: ¿llamando a la plata en el Perú? *Revista Antropológica*, Vol 25, 2007, ISSN: 0254-9212, p. 85, disponible en: <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edssci&AN=edssci.S0254.92122007000100004&lang=es&site=eds-live&scope=site>. Consultado: Agosto 12 de 2018

49 Perú. MINCETUR, UE-Perú/ PENX, y la Unión Europea. Artesanía Perú, Handicrafts - Hecho a Mano Perú, *op. cit.*, p. 4.

50 Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Centros de Innovación Tecnológica – CITES, disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/centros-de-innovacion-tecnologica-cites/>. Consultado: Enero 15 de 2018.

51 Perú. Congreso de la República, Ley n.º 29073 del 23 de Julio de 2007. “Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento”, disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/24_Ley_del_artesano_y_desarrollo_actividad_artesanal_2012b.pdf. Consultado: Mayo 20 de 2018.

52 LLONTO CAICEDO, YEFFERSON; VERA REYES, CYNTHIA. *Crisis económica internacional e impacto en el Perú y en la región Lambayeque*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo - Perú 2012. p. 2, disponible en: http://www.academia.edu/5014763/CRISIS_ECONOMICA_93MICA_INTERNACIONAL_E_IMPACTO_EN_EL_PERU_Y_EN_LA_REGION_LAMBAYEQUE. Consultado: Agosto 13 de 2018

precedente, a continuación, se presenta el comportamiento económico de las partidas arancelarias que componen el sector artesanal peruano durante los años 2013 a 2018 de acuerdo con información suministrada por el MINCETUR⁵³:

TABLA 2.
EXPORTACIONES DE PRODUCTOS DEL SECTOR ARTESANÍA PERUANO
(US\$ MILES)

N°	Partida	Descripción	2013	2014	2015	2016	2017	Ene-Abr 2017	Ene-Abr 2018
		Total	622,5	1.017,4	1.748,8	1.428,6	624,5	201,7	271,5
1	9701100000	Pinturas y dibujos, hechos totalmente a mano	391,0	372,8	1.072,1	1.090,4	303,8	100,6	183,0
2	9703000000	Obras originales de estatuaría o escultura, de cualquier materia	89,5	375,4	383,7	198,3	138,5	29,5	30,4
3	9701900000	Collages y cuadros similares	4,8	70,1	131,6	13,4	39,3	20,9	6,1
4	4602900000	Artículos de cestería obtenidos con materias trenzables, no vegetal	23,8	16,2	54,3	17,6	35,6	4,9	13,4
5	4601290000	Esterillas, esteras y cañizos, de las demás materias vegetales	18,1	7,5	29,3	21,7	29,1	12,3	-
6	4602190000	Artículos de cestería obtenidos con materias trenzables de materias vegetales	56,1	31,4	34,2	43,6	26,9	5,4	35,4
7	4602110000	Artículos de cestería obtenidos con materias trenzables de bambú	0,7	26,2	6,9	1,7	21,9	16,3	0,9
8	9601900000	Hueso, concha (caparazón) de tortuga, cuerno, asta, coral, nácar	23,2	83,4	28,1	16,4	16,7	7,6	0,3
9	4601990000	Demás materias trenzables, trenzas y artículos similares de materias trenzables	14,8	27,7	1,0	0,3	7,6	-	-
10	4602120000	Artículos de cestería obtenidos con materias trenzables de roten (ratán)	-	1,1	3,2	1,6	2,6	2,6	-
11	4601210000	Esterillas, esteras y cañizos, de bambú	0,1	0,5	3,8	4,4	1,2	1,2	-
12	4601940000	Materias trenzables, trenzas y artículos similares de las demás materias vegetales	-	0,1	-	0,0	0,8	-	-
13	9702000000	Grabados, estampas y litografías originales	0,2	2,0	0,6	19,2	0,4	0,4	2,0
14	4601220000	Esterillas, esteras y cañizos, de roten (ratán)	-	-	0,0	-	-	-	-
15	9601100000	Marfil trabajado y manufacturas de marfil	-	1,3	-	-	-	-	-
16	4601920000	Materias trenzables, trenzas y artículos similares de bambú	0,2	1,8	0,1	-	-	-	-

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR⁵⁴.

Adicionalmente, el MINCETUR informó que porcentualmente el comportamiento de las exportaciones de productos artesanales para el año 2017 estuvo representado de la siguiente forma⁵⁵:

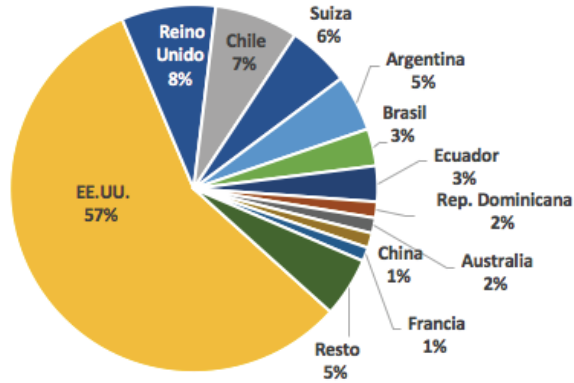
Un factor diferenciador entre las cifras de exportación de artesanías colombianas y peruanas reside en la forma en la que son tasadas. En Colombia se representa en millones de dólares, mientras que en Perú se tasa en miles de dólares. Con la precisión anotada, a continuación se ejemplifica el comportamiento económico de exportación artesanal de Perú para los años 2013 a 2018:

53 Respuesta del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Consulta Mayo 20 de 2018, vía correo electrónico. Carmen Juárez Pinedo - Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía, disponible en: cjuarez@mincetur.gob.pe. Junio 5 de 2018.

54 *Ibidem*.

55 *Ibidem*.

GRÁFICA 5.
PARTICIPACIÓN PORCENTUAL DE LAS EXPORTACIONES
ARTESANALES DE PERÚ SEGÚN DESTINO



Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR⁵⁶.

TABLA 3.
DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR ARTESANÍA DE PERÚ
(US\$ MILES)

N°	Destinos	2013	2014	2015	2016	2017	Ene-Abr 2017	Ene-Abr 2018
	Total	622,5	1.017,4	1.748,8	1.428,6	624,5	201,7	271,5
1	EE.UU.	368,2	529,1	421,7	458,0	355,8	124,0	86,6
2	Reino Unido	0,8	104,3	42,0	13,4	51,8	5,0	100,1
3	Chile	57,5	78,0	68,6	51,0	45,9	17,8	4,5
4	Suiza	-	0,2	-	-	34,4	-	-
5	Argentina	21,1	19,9	329,5	39,7	30,9	-	2,9
6	Brasil	-	9,2	0,0	35,4	20,4	15,8	17,3
7	Ecuador	33,0	92,8	42,7	-	19,6	19,6	-
8	Rep. Dominicana	-	2,8	-	2,4	8,8	6,8	-
9	Australia	-	-	-	9,0	8,5	8,5	40,8
10	China	-	0,1	9,1	-	8,1	-	-
11	Francia	-	42,5	0,6	16,0	7,6	0,1	0,4
12	Guatemala	-	-	-	0,1	6,0	-	-
13	Emiratos Arabes Unidos	0,1	0,5	-	-	5,9	-	-
14	Alemania	5,6	7,5	658,1	1,0	5,7	3,1	-
15	México	19,3	2,3	2,6	3,3	5,0	-	-
16	Japón	-	0,1	0,5	-	3,1	-	0,9
17	Panamá	22,0	-	1,1	0,2	2,1	-	1,8
18	Colombia	17,1	85,3	34,8	-	1,2	0,2	0,0
19	Corea del Sur	0,1	0,0	0,4	-	1,1	0,4	-
20	Poland	-	-	-	-	0,8	-	-
	Resto	77,8	42,9	137,2	799,1	1,8	0,4	16,2

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR⁵⁷.

⁵⁶ *Ibidem.*

⁵⁷ *Ibidem.*

Independientemente de las causas de la exportación artesanal de Perú respecto a Colombia (millones de USD frente a miles de USD), se propone la lectura de estas cifras desde dos perspectivas. La primera, que olvida la esencia de la labor, es decir, desde un aspecto netamente económico y de grandes comercializadores, y afirma que ante la falta de rentabilidad de la actividad esta debería estar conminada a desaparecer, pues resulta ser mayor el desgaste público que lo producido por el sector artesanal. La segunda, y la cual se defiende en esta investigación, se dirige a demostrar que desde el punto de vista del artesano y del gobierno peruano, el hecho de que las cifras sean relativamente bajas (miles USD) obedece a la labor propia de los artesanos como empresarios y no el fruto de la actividad de grandes empresas comercializadoras de artesanías. Bajo esta última perspectiva, puede ser un hecho latente que el crecimiento económico del negocio artesanal peruano en los próximos años crezca y perdure en el tiempo, pues el apoyo gubernamental no se centra en resultados económicos a corto plazo, sino que los articula en el mediano plazo en términos económicos y a largo plazo respecto a la conservación de la actividad artesanal y de comunidades originarias.

II. LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS. DENOMINACIÓN DE ORIGEN “GUACAMAYAS” EN EL ACUERDO

ANTECEDENTES Y PRECISIONES CONCEPTUALES

A nivel internacional, el concepto de denominación de origen (DO) e indicación geográfica (IG) no ha sido uniforme, de tal forma que “una de las mayores dificultades con las que se ha enfrentado la protección internacional de las IG ha sido la diversidad de conceptos nacionales para este término. No obstante, el fundamento siempre es el mismo: el interés por dar protección a los nombres de productos locales que contribuyen a la formación de la identidad cultural de una nación o localidad”⁵⁸.

Referente al origen de estos derechos de propiedad intelectual, la doctrina ha manifestado:

Las indicaciones de procedencia geográfica, entre las que se enmarcan las denominaciones de origen, nacieron con la costumbre de designar a los productos con el nombre del lugar de su producción o fabricación. El asentamiento de personas en zonas específicas, y el aprovisionamiento de materias primas en los lugares de fabricación, condujeron a los productores a componer sus marcas con los nombres geográficos de los lugares

58 OROZCO (2008) p. 391. Citado por ERRAZURIZ TORTORELLI, CRISTINA. Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen: Propiedad intelectual en progreso - Geographical Indications and Appellations of Origins . Intellectual Property in progress. *Revista Chilena de Derecho* Vol. 37, n.º 2, Agosto 2010. ISSN 0718-3437.sp., disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372010000200002>. Consultado: Julio 21 de 2018.

(...) Roquefort es un ejemplo de ello, cuando en el siglo xiv Carlos V concedió a los habitantes de Roquefort el uso exclusivo de este nombre para distinguir queso madurado en las cuevas de la región. (...) la denominación de origen más antigua en el mundo se concedió en 1887 al Sindicato de los Grandes Marqueses de Champagne, cuando Francia reconoció la propiedad exclusiva del nombre Champagne para los vinos espumosos de esa región⁵⁹.

Las características especiales de los productos reconocidos como DO e IG han hecho que estos derechos de propiedad intelectual permitan la configuración de medidas sancionatorias en contra de terceros que, valiéndose de los mismos productos, busquen imitarlos, evocarlos abusivamente o configurar en su contra actos de competencia desleal definidos en el Convenio de París como “todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial”⁶⁰. Es así como:

A principios del siglo xx se buscaba evitar el fraude a los consumidores y proteger a los productores respecto de quienes usaran indicaciones de procedencia falsas. Este objetivo se lograba a través de la *protección en contra de la competencia desleal y la protección al consumidor*. En la medida que la protección de indicaciones geográficas y denominaciones de origen fue evolucionando, su protección legal hacía que esta se centrara en la aplicación de *sanciones administrativas* en contra de quienes mal utilizaran denominaciones de origen. *Finalmente, su incorporación definitiva como derechos de propiedad intelectual permite accionar los mecanismos legales propios de este tipo de derechos que contienen las legislaciones locales*. [Como] querrelas criminales, juicios de nulidad o de oposición y acciones de indemnización de perjuicios en casos de infracción⁶¹ (destacado fuera del original).

En cuanto a las definiciones de DO e IG, el Arreglo de Lisboa de 1958, administrado por la OMPI, fue el primer texto que incorporó una definición del primer concepto:

Artículo 2. Definición de las nociones de denominación de origen y de país de origen.

1) Se entiende por denominación de origen, en el sentido del presente Arreglo, la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos⁶².

59 *Ibidem*.

60 Convenio de París del 20 de marzo de 1883 para la Protección de la Propiedad Industrial del 20 de marzo de 1883. Artículo 10bis. Competencia desleal, disponible en: http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=288515. Consultado: Enero 30 de 2018.

61 OROZCO (2008) p. 391. Citado por ERRAZURIZ TORTORELLI, CRISTINA, *op. cit.*

62 Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional 1958, modificado el 28 de septiembre de 1979, disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/treaties/text.jsp?file_id=285840. Consultado: Enero 25 de 2018.

A su turno, el Convenio de París, si bien no señaló una definición de DO e IG, en su artículo 1º numeral 2º^[63] dispuso que la protección de la propiedad industrial tendría por objeto, entre otras, las “indicaciones de procedencia o denominaciones de origen”, así como la represión de la competencia desleal dispuesta en el artículo 10^[64]. Lo mismo acontece con el Arreglo de Madrid de 1891, que se dirige a la represión de las indicaciones de procedencia *falsas o engañosas*.

Posteriormente, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio –o Acuerdo sobre los ADPIC⁶⁵–, gestado en la Organización Mundial del Comercio y en vigor a partir del 1º de enero de 1995, propuso por primera vez una definición y regulación normativa sobre las IG, en sus artículos 22 al 24, Parte II, numeral 1º:

Sección 3: Indicaciones Geográficas. Artículo 22. Protección de las indicaciones geográficas. 1. [Las], *indicaciones geográficas son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico*⁶⁶ (destacado fuera del original).

En el orden cronológico propuesto, después surge la Decisión Andina 486 de 2000 de la CAN, aplicable de manera preferente a Colombia y Perú por su carácter supranacional. En el Título XII, artículo 201 se definen las DO como especie de IG así:

Artículo 201.- *Se entenderá por denominación de origen, una Indicación Geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, (...), y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos*⁶⁷ (destacado fuera del original).

De lo visto hasta el momento, podría pensarse que las DO e IG obedecen a un mismo concepto; no obstante, poseen particularidades, por lo que se propone académicamente situarlas en una relación de género y especie en la siguiente gráfica:

63 Convenio de París del 20 de marzo de 1883. Artículo 1: Constitución de la Unión; ámbito de la propiedad industrial, *op. cit.*

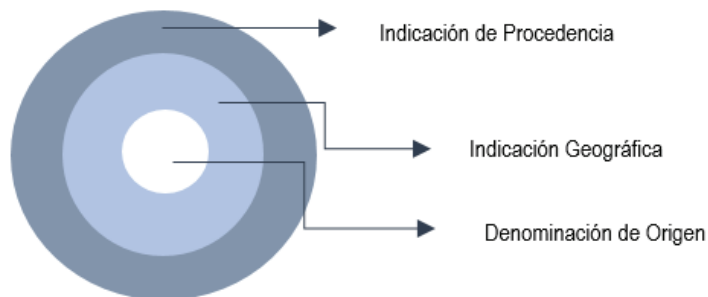
64 *Ibidem*. Artículo 10. Indicaciones falsas.

65 En palabras de la OMC, el Acuerdo sobre los ADPIC es un Acuerdo de normas mínimas que permite a los miembros prestar una protección más amplia a la propiedad intelectual si así lo desean. Este Acuerdo ha sido incorporado por la Unión Europea (anteriormente CE 01/01/1995), Colombia (30/04/ 1995) y Perú (01/01/1995) al ser miembros de la OMC, por lo que en conjunto toman como referencia sus disposiciones relativas a IG.

66 Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio de 1994 - Acuerdo de los ADPIC. Anexo 1C., disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/other_treaties/text.jsp?file_id=305796 Consultado: Enero 11 de 2018.

67 Comunidad Andina de Naciones CAN. Decisión 486 de 2000 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial. Título XII De las Indicaciones Geográficas Capítulo I. Artículo 201. Consultado: Enero 14 de 2018, disponible en: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/can/can012es.pdf>

GRÁFICA 6.
RELACIÓN GÉNERO Y ESPECIE. IP, IG Y DO



Fuente: Elaboración propia.

Esta relación concéntrica es apoyada por la OMPi desde la categoría de “indicación de *procedencia*” así:

[La] *indicación de procedencia* es el término más general, pues comprende la indicación geográfica y la denominación de origen. Las indicaciones de procedencia *requieren únicamente que el producto* para el que se utiliza la indicación de procedencia *provenga de una zona geográfica determinada*. (...) La definición de *indicaciones geográficas* es más amplia que la de *denominaciones de origen*. Dicho de otro modo, *todas las denominaciones de origen son indicaciones geográficas, pero algunas indicaciones geográficas no son denominaciones de origen*” (...) Las *denominaciones de origen* son títulos de protección de indicaciones geográficas utilizadas para productos de una *calidad o características especiales que se deben exclusiva o esencialmente a su origen geográfico*. El reconocimiento de una *denominación protegida* se suele basar en una *promulgación o en un acto administrativo, como una ley o un decreto*. Este acto señala el fin de un procedimiento administrativo en el que toman parte representantes de los productores interesados y la administración⁶⁸ (destacado fuera del original).

Así, la propuesta de esta investigación sitúa a las indicaciones de procedencia (IP) como el concepto más amplio, en la medida en que estas solamente tienen vínculo con un lugar de producción, como por ejemplo “Hecho en China”. Las indicaciones geográficas (IG), por su parte, son aquellas indicaciones constituidas por el nombre de una región o zona determinada, que designan a un producto como originario de este, el cual puede tener una calidad, reputación u otras características que son derivadas esencialmente del medio geográfico en el cual se producen. Es decir, son el resultado de la mezcla de factores naturales y humanos, ejemplo de ello es

⁶⁸ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPi. Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones Geográficas. Sexta sesión. Ginebra, 12 a 16 de marzo de 2001. p. 6, disponible en: http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/es/sct_6/sct_6_3.pdf. Consultado: Abril 2 de 2018.

el “Queso Cabrales” producido en la zona llamada Concejo de Cabrales (Asturias-España), elaborado por ganaderos de la región, con leche de vacas, ovejas y cabras pastadas en las montañas de dicho lugar.

En último lugar, se encuentran las denominaciones de origen (DO) como una especie de indicación geográfica, es decir, adicional a los elementos ya señalados, están antecedidas por un procedimiento culminado con un acto administrativo, una ley o un decreto, las cuales atribuyen una serie de requisitos que aseguran que los factores naturales y humanos sean conservados al exigirles la conformación de un Consejo Regulador. A manera de ejemplo, se tiene el “Café de Colombia”, las Guacamayas⁶⁹ y las Chulucanas, los cuales han acreditado una serie de requisitos ante sus Estados para considerarles como una denominación de origen objeto de protección y de la cual el gobierno es el titular. En síntesis, toda DO es una IG, pero no siempre una IG será una DO, un ejemplo es el Queso Cabrales, el cual es a su vez IG y DO.

La declaración de DO garantiza a los consumidores que el producto cumple con procesos y requisitos de calidad determinados por el Estado y a su vez premia económicamente al productor por preservar una calidad superior en ciertos estándares, de manera que la imitación o evocación de una DO por terceros sin autorización constituye una infracción a normas legales del país que haya decretado la protección de la DO.

En cuanto a las sanciones legales que implica la afectación a las DO e IG, el Acuerdo sobre los ADPIC en la Sección 3 sobre IG, en su artículo 22 numeral 2º dispone:

(...) 2. En relación con las indicaciones geográficas, *los Miembros arbitrarán los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir:* a) La utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto. b) Cualquier utilización que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido del artículo 10 bis del Convenio de París (1967)⁷⁰ (destacado fuera del original).

En relación con el impacto positivo económico de la protección jurídica de un producto bajo los derechos de propiedad intelectual DO e IG, el Tribunal de Cuentas Europeo ha dicho que

(...) los estudios muestran que los productos con DOP e IGP [denominación de origen protegida e indicación geográfica protegida] normalmente tienen un precio de pro-

69 En proceso de constitución el Consejo Regulador de la denominación de origen Guacamayas.

70 Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio de 1994 - Acuerdo de los ADPIC, *op. cit.*

ducción superior al de otros productos de la misma categoría sin indicación geográfica protegida. La diferencia de precio observada oscilaba entre el 5 % y el 300%. En los estudios se presentaba como principal motivo de dicha diferencia el control de calidad⁷¹.

Aclarada la génesis de las IG y DO, su relación como género y especie y los actos en contra de los cuales se pueden arbitrar medios legales para su protección jurídica a nivel de propiedad intelectual, conviene acercarse en parte a la historia cultural de las DO artesanales “Guacamayas” de Colombia y “Chulucanas” de Perú.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN ARTESANAL GUACAMAYAS – COLOMBIA

FOTOGRAFÍA 1.

ARTESANÍAS GUACAMAYAS – BOYACÁ



Fuente: Tomada por la autora en el marco del “Primer Mercado de Denominaciones de origen colombianas” del 18 al 20 de mayo de 2018, organizado por Artesanías de Colombia.

La cestería en rollo de Guacamayas o simplemente Guacamayas es una artesanía colombiana tejida con agujas sobre un alma de paja y fique multicolor en forma de rollo. Son fabricadas por artesanos oriundos del municipio de Guacamayas, un pueblo pequeño habitado por alrededor de 1.700 habitantes⁷², fundado el 14 de

71 Tribunal de Cuentas Europeo. ¿Contribuyen la concepción y la Gestión del Sistema de Indicaciones Geográficas a que este sea eficaz?. Informe Especial. No. 11 – 2011. Cita el informe: “London Economics: Evaluation of the CAP policy on the protected designations of origin (DOP) and protected geographical indications (PGI) (2008)” p.12. Consultado: Abril 5 de 2018, disponible en: https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/Spanish/Report_Court_of_Auditors_ES.pdf

72 Colombia. Alcaldía Municipal de Guacamayas, Boyacá. *Indicadores. Aspectos Poblacionales del Municipio*. Octubre 19 2017, disponible en: <http://www.guacamayas-boyaca.gov.co/municipio/indicadores>. Consultado: 06 junio de 2018.

julio de 1764, localizado al norte del departamento de Boyacá sobre la Cordillera Oriental. Guacamayas es parte de la provincia de Gutiérrez, un pueblo prehistórico en donde se asentó la tribu de indígenas los Laches.

Las Guacamayas son la primera artesanía colombiana en contar con declaración de DO mediante Resolución 30000 de 2009, otorgada por la SIC a Creatividad Artística Cooperativa de Guacamayas CREAMCOOP Ltda., creada en el año de 1991. Las Guacamayas constituyen una DO artesanal según el artículo 201 y siguientes de la Decisión 486 de 2000 de la CAN, dado que incorpora un *factor natural* a la denominación del lugar de procedencia “Guacamayas – Boyacá” y un *factor humano* al que le deben la calidad y reputación por las técnicas utilizadas en su producción. Según la información reportada por la SIC⁷³, Colombia cuenta con un total de 27 denominaciones de origen, de las cuales 16 corresponden a productos agroalimenticios⁷⁴ y 11 a productos artesanales⁷⁵.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN ARTESANAL CHULUCANAS – PERÚ

FOTOGRAFÍA 2.

NACIMIENTO DE CHULUCANAS / CÉSAR JUÁREZ (PP. 12-13)



Fuente: Recuperada de “Cerámica de Chulucanas”. Perú, MINCETUR. Septiembre 2015⁷⁶.

⁷³ Colombia. Superintendencia de Industria y Comercio. *Productos con Denominación de Origen*, disponible en: <http://www.sic.gov.co/productos-con-denominacion-de-origen>. Consultado: Junio 6 de 2018.

⁷⁴ De acuerdo con la información reportada por la Superintendencia de Industria y Comercio, los productos agroalimenticios con denominación de origen son: el arroz de la meseta de Ibagué; Café de Colombia; Café de Cauca; Café de Nariño; Café del Huila; Café de Santander; Café del Tolima; Café de la Sierra Nevada; Bocadillo Veleño; Cholupa del Huila; Queso del Caquetá; Queso Paipa; Bizcocho de Achira del Huila; Clavel de Colombia; Crisantemo de Colombia; Rosa de Colombia.

⁷⁵ La Superintendencia de Industria y Comercio reporta como denominaciones de origen artesanales: el Sombrero de Suaza; Tejeduría Zenú; Sombrero de Sandoná; Sombrero Aguadeño; Tejeduría San Jacinto; Tejeduría Wayuú; Cestería en Rollo de Guacamayas; Cerámica del Carmen de Viboral; Mopa Mopa Barniz de Pasto; Cerámica Artesanal de Ráquira Colombia; Chiva de Pitalito.

⁷⁶ Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Cerámica de Chulucanas

Las Chulucanas son artesanías peruanas talladas por artesanos asentados en el Distrito de Chulucanas, provincia de Morropón, Departamento de Piura, costa norte del Perú. En el año 1963, fueron descubiertas por campesinos algunas piezas de cerámica elaboradas por las comunidades precolombinas Vicús y Tallán, habitantes en esta región años atrás. Desde ese momento, la comunidad de Chulucanas centró sus esfuerzos en descubrir las técnicas y saberes de sus antepasados para fabricar cada una de las piezas, teniendo como materia prima la arcilla recogida del pueblo de La Encantada, a cinco kilómetros de Chulucanas. Estas artesanías tienden en su mayoría a ser redondas, ya que en sus inicios esta clase de cerámicas eran elaboradas para mantener la chicha de jora (maíz), es decir, predominaba la forma de ollas, cántaros, tinajas, las cuales fueron evolucionando, pero conservaron su esencia redonda y voluminosa hasta la actualidad⁷⁷.

Al igual que las Guacamayas en Colombia, las Chulucanas son la primer DO artesanal en Perú otorgada por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI⁷⁸, mediante la Resolución n.º 011517 de 2006⁽⁷⁹⁾, reconociendo como titular al Centro de Innovación Tecnológica de la Cerámica – CITECERÁMICA, Asociación de Ceramistas Vicús de Chulucanas y a la Asociación de Ceramistas Tierra Encantada. En el mes de marzo de 2008, el INDECOPI reconoció al Consejo Regulador de la DO Chulucanas y otorgó las seis primeras autorizaciones de uso de la denominación de origen a artesanos ceramistas⁸⁰.

DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN ARTESANAL COLOMBIANA GUACAMAYAS EN EL ACUERDO COMERCIAL ENTRE COLOMBIA, PERÚ Y LA UNIÓN EUROPEA (ANEXO XIII, APÉNDICE II)

Para las artesanías de Colombia y su DO artesanal *Guacamayas*, el Acuerdo Comercial⁸¹ no representa un triunfo comercial ni jurídico en términos de propiedad

- Septiembre 2015. pp 12-13, disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/14_Ceramica_de_Chulucanas_2015.pdf. Consultado: Junio 9 de 2018.

⁷⁷ *Ibidem*.

⁷⁸ Perú. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI - Sala Especializada en Propiedad Intelectual - Dirección de Signos Distintivos, disponible en: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/denominaciones-de-origen-nacionales>. Consultado: Junio 9 de 2018.

⁷⁹ Perú. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI. Resolución n.º 011517 del 26 de Julio de 2006. Expediente n.º 273038-2006, disponible en: https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/199774/3+R03_011517-2006.pdf/5d21e790-a3a0-4800-a2af-e8424d65c3d1 . Consultado: Junio 9 de 2018.

⁸⁰ Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Cerámica de Chulucanas, *op.cit.*, pp.46-47.

⁸¹ El Acuerdo Comercial según el MINCIT entró en aplicación para Colombia el 1º de agosto de 2013 y según el MINCETUR en Perú a partir del 1º de marzo de 2013. Pretendía ser un *Acuerdo de asociación bloque a bloque entre la Comunidad Andina (CAN) y la Unión Europea (UE)*, no obstante, ante el abandono de las negociaciones por parte

intelectual, en tanto que, si bien fue señalada en el Acuerdo, Colombia no tuvo claridad respecto del contexto jurídico al que se exponía en la Unión Europea⁸² esta DO artesanal y las declaradas con posterioridad.

Pese a lo anterior, la redacción de El Acuerdo en su Anexo XIII, Apéndice II “*Listas de Indicaciones Geográficas para productos distintos a productos agrícolas y alimenticios, vinos, bebidas espirituosas y vinos aromatizados*” (en adelante IG artesanales), dispuso:

“(a) Indicaciones Geográficas de **Colombia** para productos distintos a productos agrícolas y alimenticios, vinos, bebidas espirituosas y vinos aromatizados.

Indicación geográfica	Descripción del producto
<i>Guacamayas</i>	<i>Artesanías</i>

(b) Indicaciones Geográficas de *Perú* para productos distintos a productos agrícolas y alimenticios, vinos, bebidas espirituosas y vinos aromatizados.

Indicación geográfica	Descripción del producto
<i>Chulucanas</i>	<i>Cerámica</i>

(destacado fuera del original).

El Acuerdo incluye y reconoce de manera formal las dos DO artesanales “Guacamayas y Chulucanas”; no obstante, en la materialidad existe una *exclusión tácita* de su protección jurídica en el capítulo 3º sobre “Disposiciones relacionadas con derechos de propiedad intelectual - Sección 2: Indicaciones Geográficas”, particularmente en los artículos 207 y 210; el primero de ellos señala:

Artículo 207. *Ámbito de Aplicación de esta Sección. (...) las indicaciones geográficas (...) listadas en el Apéndice 2 podrán ser protegidas de conformidad con las leyes y reglamentos aplicables en cada Parte. Las Partes reconocen que las indicaciones geográficas listadas en el Apéndice 2 del Anexo XIII (...) están protegidas como indicaciones geográficas en el país de origen*⁸³ (destacado fuera del original).

de Bolivia y Ecuador, Colombia y Perú continuaron individualmente en la negociación con la Unión Europea y suscribieron un Acuerdo Comercial Multi-partes, como fue llamado por los europeos.

82 Con las entrevistas realizadas al MINCIT, Artesanías de Colombia, SIC y PROCOLOMBIA no pudo comprobarse la motivación y el interés pretendido con la inclusión de la DO artesanal “Guacamayas” de Colombia en el Acuerdo Comercial.

83 Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. MINCIT. Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia y Perú. Título VII sobre Propiedad Intelectual, Capítulo 3., disponible en: http://www.tlc.gov.co/publicaciones/18028/acuerdo_comercial_entre_la_union_europea_colombia_y_peru. Consultado: Junio 15 de 2017.

Bajo este entendido, las IG artesanales se reconocen y protegen como tales en su país de origen (Colombia y Perú), más no en el ámbito de la Unión Europea, pese a que la citada norma expresa que estas IG “podrán ser protegidas de conformidad con las leyes y reglamentos aplicables en cada Parte”, lo cierto es que solamente 15 de 28 Estados partes de la Unión Europea tienen legislación *sui generis* en materia de protección de IG artesanales⁸⁴.

Por su parte, el artículo 210 solo aplica a las IG agroalimenticias, excluyendo tácitamente a las IG artesanales:

Artículo 210. Ámbito de protección de las indicaciones geográficas. 1. Las [IG] de una Parte listadas en el Apéndice I [IG Agroalimenticias] (...), así como aquellas adicionadas de conformidad con el artículo 209, serán protegidas por otra Parte al menos contra: (a) Todo uso comercial de dicha indicación geográfica protegida: (i) para productos idénticos o similares que no cumplan con las especificaciones del producto de la [IG], o (ii) en la medida de que tal uso se aproveche de la reputación de la [IG]. (b) Cualquier otro uso no autorizado⁸⁵ (...) que creen confusión al consumidor; (...). (c) en el caso de las [IG] que identifican vinos, vinos aromatizados o bebidas espirituosas, cualquier uso indebido, imitación o evocación; (d) Cualquier otra indicación falsa o engañosa en cuanto a la procedencia, el origen, la naturaleza o las características esenciales del producto, en el envase, en el embalaje o en el material de publicidad relativos a los productos de que se trate, susceptible de conducir a una falsa impresión acerca de su origen; y (e) *Cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor sobre el verdadero origen del producto*⁸⁶ (destacado fuera del original).

Con el artículo 210 se pone de manifiesto la exclusión tácita de protección jurídica para las IG artesanales del Apéndice II, aspecto que motivó la presente investigación, pues de la lectura de estas medidas jurídicas es posible observar la afectación al sector artesanal colombiano y de las artesanías como un negocio internacional en el marco de la Unión Europea, ya que un *derecho* es relevante en la medida en que sea garantizada su protección desde un aspecto negativo sancionatorio.

De lo contrario, puede ser una garantía El Acuerdo de los ADPIC para la protección de las IG en el marco de la OMC, pero si efectivamente no existe una regulación jurídica a nivel de la Unión Europea sobre IG artesanales, la DO *Guacamayas* no es protegida materialmente, ni reconocida jurídicamente. Sobre el tema, acertadamen-

84 Europa. Comisión Europea. Libro Verde “Aprovechar al máximo los conocimientos técnicos europeos: posible ampliación de la protección de las indicaciones geográficas de la Unión Europea a productos no agrícolas Texto pertinente a efectos del EEE”. Estrasburgo, 15.7.2014 COM (2014) 469 final.1.2.2 Marco jurídico en la UE. p. 5., disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com\(2014\)0469_com_com\(2014\)0469_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com(2014)0469_com_com(2014)0469_es.pdf). Consultado: Julio 8 de 2018.

85 El término “uso no autorizado” podrá cubrir cualquier uso indebido, imitación o evocación.

86 Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. MINCIT. Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia y Perú. Artículo 210. Ámbito de protección de las indicaciones geográficas, *op. cit.*

te la doctrina ha enfatizado que “hoy, cuando discuten un tratado (TLC), conviene recordar a los cultores del derecho, ante todo, que el tal TLC no se concreta solamente a comercio, sino en una serie de temas como propiedad intelectual o industrial”⁸⁷, derechos que deben ser garantizados y negociados en el marco de los Acuerdos, en particular a favor de las DO artesanales, ya que los derechos de propiedad intelectual les dota de un valor adicional jurídico, sancionatorio y económico.

DEL TRÁMITE PARA LA EXPEDICIÓN EN LA UNIÓN EUROPEA DE UNA REGULACIÓN UNITARIA SOBRE INDICACIONES GEOGRÁFICAS ARTESANALES

Que a la actualidad no exista una regulación unitaria a nivel de la Unión Europea sobre IG artesanales no implica que el bloque económico haya dejado de ocuparse de tal situación. Por el contrario, al reconocer la relevancia de los intangibles culturales que representan las artesanías en sus dimensiones económicas y culturales, se han venido desarrollando acciones tendientes a la estructuración de una protección jurídica de manera unitaria.

Así, en el año 2011, la Unión Europea, en cabeza de la Comisión Europea, constató la existencia de diferentes niveles de protección para las IG artesanales, de manera que mediante Comunicación de la Comisión Europea al Parlamento Europeo, el Consejo, el Comité Económico y Social y el Comité de las Regiones, en el aparte 3º sobre las Iniciativas clave de política para enfrentar los desafíos, fue abordado el tema, advirtiendo que “la fragmentación del marco legal para otorgar la protección de IG para productos no agrícolas puede afectar negativamente al funcionamiento del mercado interno [señalando] además, [que] esta protección es una importante cuestión en las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales con terceros países”⁸⁸ (traducción propia). Como resultado de lo precedente, se contempló la posibilidad de iniciar un “Estudio de viabilidad” de IG artesanales que incluyera un análisis de los marcos jurídicos existentes en los Estados miembros de la Unión Europea, la evaluación de las necesidades y el impacto económico potencial de su protección, que aportara a la consolidación de una regulación unitaria.

87 ECHAVARRÍA, ENRIQUE, Estudiar los tratados. Ecuador. Agosto 9 de 2004. p. 1. Citado por GUTIÉRREZ OSSA, JAHIR; SIERRA OSPINA, GRAICY; VASCO CARDONA, ANDRÉS, Tratados, jueces y justicia en la economía y los negocios internacionales. Perspectiva en Colombia, *Revista Opinión Jurídica*, Vol. 8, n.º 16, Julio - Diciembre de 2009, ISSN 1692-2530, p. 50, disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/ojum/v8n16/v8n16a03.pdf>. Consultado: Septiembre 16 de 2018.

88 European Commission. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Single Market for Intellectual Property Rights Boosting creativity and innovation to provide economic growth, high quality jobs and first class products and services in Europe. Brussels, 24.5.2011 COM (2011) 287 final, p. 16, disponible en: http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/ipr_strategy/com_2011_287_en.pdf. Consultado: Julio 31 de 2018.

Así, en el año 2012, la Comisión Europea dio paso a la estructuración de un “Estudio de viabilidad” (en adelante, El Estudio) de IG artesanales, encomendado a fuentes externas, entre ellas: Insight Consulting⁸⁹, REDD⁹⁰ y Origin⁹¹, en el cual se incluyó un análisis de los marcos jurídicos existentes en los Estados miembros de la Unión Europea, la evaluación de las necesidades y el impacto económico potencial de su protección jurídica. La labor concluyó el 22 de marzo del año 2013 con la publicación del *Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market*⁹².

Con los resultados obtenidos en El Estudio, la Comisión Europea continuó con su labor de análisis para lo cual, el 15 de julio del año 2014, publicó el Libro Verde *Aprovechar al máximo los conocimientos técnicos europeos: posible ampliación de la protección de las indicaciones geográficas de la Unión Europea a productos no agrícolas*, cuyo objetivo fue consultar con todas las partes interesadas de la manera más amplia posible si en la Unión Europea resultaba necesario aumentar la protección de las IG de los productos no agrícolas (artesanales) y, en tal caso, qué enfoque convendría adoptar. La fecha límite para el envío de las respuestas fue el 28 de octubre de 2014⁹³.

Posteriormente, el 22 de septiembre de 2015 el Parlamento Europeo publicó el *Informe sobre la posible ampliación de la protección de las indicaciones geográficas de la Unión Europea a productos no agrícolas*⁹⁴, en el cual, tanto el Parlamento Europeo como la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor, la Comisión de Comercio Internacional y la Comisión de Cultura y Educación, manifestaron

89 Insight Consulting . Entidad consultora independiente con sede en Bruselas, desde su labor busca ayudar a las empresas y organizaciones a hacer lobby ante las instituciones europeas e internacionales de una manera efectiva y creative (Insight Consulting, 2018)

90 “REDD – Sharing knowledge for ethical and tasty food”. Organización ubicada en Lausana – Suiza, dedicada a la capacitación y consultoría se especializa en enfoques participativos, trabajando con productores, procesadores, consumidores con el objetivo de reforzar los vínculos sociales, económicos, ecológicos y culturales de las cadenas de valor, utilizando las especificidades locales como ventajas comparativas (REDD, 2018).

91 La Organización para una Red Internacional de Indicaciones Geográficas – oriGIn. Organización no gubernamental (ONG) sin ánimo de lucro creada en el año 2003, hoy constituye una verdadera alianza mundial de indicaciones geográficas (IG) de varios sectores, representando unas 500 asociaciones de productores y otras instituciones relacionadas a las IGS desde 40 países. (Organization for an international Geographical Indications Network – oriGIn, 2018)

92 InSight Consulting, REDD, ORIGIN. “Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market” Final report – 18 February 2013, disponible en: http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf. Consultado: Agosto 1 de 2018.

93 Europa. Comisión Europea. Libro Verde, *op. cit.*, p. 8.

94 Europa. Parlamento Europeo, Informe sobre la posible ampliación de la protección de las indicaciones geográficas de la Unión Europea a productos no agrícolas. (2015/2053(INI)) Comisión de Asuntos Jurídicos Ponente: Virginie Rozière Ponente de opinión (*): Nicola Danti, Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor. 22.9.2015. A8-0259/2015. 2014-2019, disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2015-0259+0+DOC+PDF+VO//ES> Consultado: Agosto 2 de 2018.

su interés y votación a favor de la creación de una regulación normativa unitaria para las IG artesanales como productos tradicionales así:

“C). Considerando que los productos tradicionales europeos de calidad *representan un patrimonio cultural de la Unión y constituyen un ingrediente esencial de la vida económica y social* de muchas regiones de Europa, puesto que permiten *actividades caracterizadas por su estrecha vinculación regional, sobre todo en zonas rurales (...)*. Considerando que la calidad, la reputación y otras características de un producto pueden venir determinadas por su origen; que ciertas prácticas relacionadas con la usurpación de denominaciones pueden dañar gravemente la reputación de un producto determinada por su origen⁹⁵ (destacado fuera del original).

Del mismo modo, el Parlamento, bajo una postura particular a favor de la creación de una regulación unitaria, hizo un llamado a la Comisión Europea para:

(...) que presente cuanto antes una propuesta legislativa destinada a establecer un sistema europeo único de protección (...) con el fin de sacar el *máximo provecho de los efectos económicos positivos (...)* dichas disposiciones legislativas pueden *impulsar la innovación en los procesos tradicionales* de producción y el nacimiento de nuevas empresas emergentes (...) dicha protección promueve y facilita el *acceso al mercado común y a los mercados de fuera de la UE* de los productos artesanales europeos, resultado de conocimientos y competencias tradicionales que contribuyen a *preservar el valioso saber hacer que caracteriza a comunidades sociales y territoriales* enteras y que representan también un elemento importante del *patrimonio histórico, cultural, económico y social europeo* (...) conservar el saber hacer y la producción tradicional puede ayudar a *detener el despoblamiento y la destrucción de las zonas rurales* y el flujo de jóvenes que abandonan estas zonas (...) la protección de las [IG] a productos no agrícolas contribuirá a *preservar el patrimonio cultural y artístico* constituido por las tradiciones locales y regionales europeas⁹⁶ (destacado fuera del original).

Nótese, a partir de lo anterior, que el Parlamento Europeo es radical al aseverar que las IG artesanales deben ser concebidas en la Unión Europea como un sistema de protección, no solo como mecanismo que impulsa el emprendimiento. Por lo tanto, propone un sistema que esté acompañado de la creación de un registro único europeo, normalizado y público para promover los productos artesanales, capaz de informar y proteger tanto a los consumidores como a los productores, el cual evite cargas administrativas innecesarias; que sea transparente, eficaz, ágil y libre de cargas administrativas innecesarias y de costos disuasorios, cuyo propósito esencial sea

95 *Ibidem*, pp. 4-5.

96 *Ibidem*, pp. 6-7.

luchar contra la falsificación, el uso fraudulento de las IG y prácticas desleales que induzcan a error al consumidor final y perjudiquen a las microempresas y pymes⁹⁷.

Ligada a la postura anterior, la Comisión de Cultura y Educación, sumada a la postura de la Comisión de Comercio Internacional, enfatiza en el gran valor cultural de las IG artesanales por el conocimiento tradicional que estas representan, en tanto que ilustran la relación entre las actividades humanas, la cultura, la tierra y los recursos; destaca que un elevado número de productos no agrícolas en Europa, basados en oficios tradicionales, representa parte integral de la cultura regional y local, y estimula el desarrollo del turismo cultural por lo que la existencia de discrepancias entre los marcos jurídicos existentes llevan a engaño al consumidor y dan lugar a la falsificación y a la competencia desleal, de modo que se hace urgente un único nivel de protección en la UE que no reduzca los niveles de protección ya aplicados ni sustituyan los sistemas existentes⁹⁸.

De estas consideraciones, es posible afirmar que en el interés de la expedición de la regulación unitaria en la Unión Europea se vincula la artesanía con el concepto de conocimiento tradicional del que se aludió en el primer capítulo, en el sentido de que con ambos se preserva el patrimonio cultural y artístico constituido por las tradiciones de las comunidades europeas dedicadas a la actividad artesanal. En palabras del Parlamento Europeo y desde una postura eminentemente económica, “la protección de las indicaciones geográficas no agrícolas a escala de la UE reforzaría la posición de la UE en la OMC al abogar por un refuerzo del nivel estándar de protección y podría relanzar las negociaciones sobre la creación de un registro multilateral de indicaciones geográficas en el marco del Programa de Doha en plena consonancia con el Acuerdo sobre los ADPIC”⁹⁹.

El escenario actual es que, pese a la intención de la Unión Europea, los esfuerzos y pronunciamientos traídos a colación, a la fecha¹⁰⁰ no ha sido expedida una regulación unitaria sobre la materia; esta aseveración se confirma con un nuevo estudio publicado en junio 14 de 2019 en la página de la Unión Europea, *Study:*

97 *Ibidem*, pp. 16-17.

98 *Ibidem*, pp. 24-27.

99 *Ibidem*, p. 9.

100 A la actualidad se refiere hasta el 10 de noviembre de 2019, cuando fue revisada por última vez en la labor investigativa la plataforma Web de la Unión Europea, y se encontró no ha sido expedida la Ley Unitaria, no obstante, se continua en la labor que apoye la estructuración de la misma: A continuación se relacionan los artículos que demuestran la labor: Marzo 15 de 2019, disponible en: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-7237-2019-INIT/en/pdf> . Junio 14 de 2019 *Study: Economic aspects of geographical indication protection at EU level for non-agricultural products* Published on: 14/06/2019 que los resultados se publicaran en el 2020, disponible en: https://ec.europa.eu/growth/content/study-economic-aspects-geographical-indication-protection-eu-level-non-agricultural-products_en. Octubre 7 de 2019, Informe sobre el Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa sobre protección de IG “European Union to join agreement enhancing protection of geographical indications”, disponible en: https://ec.europa.eu/info/news/european-union-join-agreement-enhancing-protection-geographical-indications-2019-oct-07_en . Noviembre de 2019 “Geographical indications for non-agricultural products” [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/631764/EPRS_STU\(2019\)631764_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/631764/EPRS_STU(2019)631764_EN.pdf) .

*Economic aspects of geographical indication protection at EU level for non-agricultural products*¹⁰¹, el cual espera publicar sus resultados en el año 2020.

A partir de los artículos señalados de El Acuerdo y la ausencia de una regulación unitaria sobre IG artesanales a la actualidad, se ha dado respuesta al problema jurídico inicialmente propuesto, es decir, que el sector artesanal colombiano se expone no solo a dificultades en el ámbito nacional, sino que enfrenta un gran inconveniente a nivel internacional: la desprotección jurídica y la falta de reconocimiento de su DO artesanal *Guacamayas*¹⁰² en la Unión Europea por la ausencia de una regulación unitaria en términos de IG artesanales.

En ese orden de ideas, terceros inescrupulosos pueden aprovechar la indefensión jurídica de las DO-IG artesanales colombianas ante la ausencia de sanciones jurídicas para los actos de que trata el artículo 210, e inundar con artesanías falsas el segundo mercado más importante para Colombia en materia artesanal. Así las cosas, resulta afectado el consumidor final por el engaño al que se ve expuesto y el artesano colombiano por el *factor natural* y *factor humano* se desacredita ante el consumidor final, privándole de los beneficios económicos que la categoría DO e IG otorga a esta clase de productos en relación con los que no la ostentan.

En virtud de las anteriores consideraciones, puede afirmarse que en Colombia existe una relación directa entre los factores acontecidos a nivel nacional e internacional, ya que solo en la medida en la que las dificultades internas sean superadas a través de políticas integrales a favor de las comunidades locales e indígenas artesanales, podrá considerarse las artesanías como un negocio internacional. Esto implicaría a su vez un posicionamiento en el mercado de la Unión Europea, mientras que la regulación unitaria sobre IG artesanales sea expedida y se obtengan los beneficios de protección jurídica de El Acuerdo que actualmente se ofrecen exclusivamente para las IG agroalimenticias.

CONCLUSIONES

El estudio de caso de la DO artesanal *Guacamayas* en el Acuerdo Comercial entre Colombia, Perú y la Unión Europea, fue óbice para dar a conocer la situación de vulnerabilidad del sector artesanal colombiano desde una perspectiva nacional e internacional que integra factores económicos, sociales y culturales.

Desde el ámbito *nacional*, se concluye que de los ocho factores de vulnerabilidad del sector artesanal colombiano, siete se derivan del primero de ellos, el *imaginario social*, ya que cobra sentido que en virtud de un concepto errado cuya génesis se remonta a la época de la colonia, la actividad artesanal haya sido relegada del escenario económico del país como negocio internacional, contrario a lo acontecido con productos agroalimenticios, como la DO Café de Colombia. En ese

101 *Ibidem*.

102 No se debe perder de vista que a hoy según información de la SIC existe un total de 11 denominaciones de origen artesanales en Colombia.

entendido, a partir de imaginarios errados, son consecuencia: la falta de voluntad política del legislativo para la creación de una ley actual ajustada a las necesidades del sector; la ausencia de un registro nacional de la actividad en relación con las líneas artesanales, las características de la población, las cifras del comportamiento del negocio artesanal nacional e internacional, y la formalidad de la labor; la desproporcionada tasa de analfabetismo; el desconocimiento de la utilidad de los derechos de propiedad intelectual IP, DO, IG por parte de los artesanos y autoridades públicas, y, finalmente, la perpetuidad de inadecuados canales de comercialización –intermediación–, que impiden al artesano ser rentable con su labor, en relación con el valor que recibe por la venta de sus productos y el precio que efectivamente paga el consumidor final.

Desde el ámbito *internacional*, se concluye que la vulnerabilidad del sector artesanal se da en dos escenarios: el primero de ellos, obedece a la falta de univocidad y universalidad del concepto de artesanía¹⁰³ y el de los derechos de propiedad intelectual IP, DO e IG. No obstante, ante el vacío del primer concepto, se propuso entrelazar la artesanía con el concepto de conocimiento tradicional abordado en múltiples escenarios internacionales, como un sinónimo de conservación y pervivencia del legado cultural intangible de una nación –en sentido amplio–, de tal modo que este vínculo fue la herramienta perfecta utilizada en la investigación para dar a conocer en el escenario nacional e internacional la relevancia del sector artesanal colombiano.

Referente al segundo escenario, donde se abordó el estudio de caso de la DO artesanal Guacamayas en El Acuerdo, se concluye que la vulnerabilidad de las artesanías y en particular de la DO referida, deviene de la falta de reconocimiento y protección jurídico-sancionatoria de esta como IG en la Unión Europea, dada por la inexistencia de una ley unitaria de IG para productos artesanales, la cual, si bien se ha venido gestando en el bloque económico desde el año 2011, a la actualidad no ha sido expedida¹⁰⁴; frente a tal situación, se exhorta a la CAN para que expida una decisión andina sobre IG sin distinción de productos, a fin de armonizar esta legislación con la ley unitaria que llegue a ser expedida por la Unión Europea. Por el momento, las artesanías colombianas en este mercado tienen como medio de defensa, la *innovación*, para hacer frente a los posibles casos de imitación y competencia desleal en este territorio como segundo destino de exportación artesanal.

A modo de recomendación, se propone no perder de vista el concepto de *negocio de conocimiento tradicional*, ya que desde la perspectiva de la autora solo es posible

103 El concepto de artesanía-artesano en la presente investigación se restringió a la actividad a pequeña escala desempeñada por comunidades étnicas, campesinas, indígenas y locales de Colombia, fruto de la transmisión generación tras generación de un saber heredado y como proceso cultural.

104 A ello se le debe sumar el tiempo adicional que tome en entrar la Ley Unitaria de la UE en aplicación al TLC objeto de estudio. No obstante, la garantía de los derechos de propiedad intelectual a las DO artesanales colombianas como IG artesanal, marcará un hito en esta clase de productos y serán aún más reconocidos y valorizados en el comercio internacional, como hoy en día lo es la DO Café de Colombia.

conservar este legado cultural a largo plazo si el gobierno nacional decide visualizar este sector en una doble vía, como un negocio en términos de rentabilidad y como un medio de conservación del legado cultural del país. Por ello, finalmente la investigación motiva al lector a mantener una mirada crítica y realista de la vulnerabilidad del sector artesanal colombiano, lo que justificó hacerle transitar sobre pilares álgidos, con el propósito de animarle desde la academia, a continuar su desarrollo e incentivar la creación de propuestas que hagan cada vez más visible la realidad del sector artesanal colombiano a nivel nacional e internacional, hasta que el gobierno nacional se empodere y emprenda acciones afirmativas integrales a su favor, impactando cultural y económicamente al país, por lo que para el caso puede tomar como referente a Perú. De lo contrario, pasará a la historia que en Colombia existieron comunidades indígenas, campesinas y locales dedicadas a dar a conocer al mundo su cosmovisión y saberes ancestrales a través de una gran variedad de artesanías, pero que por imaginarios erróneos y la inexistencia de políticas integrales han desaparecido.

REFERENCIAS

- Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio de 1994 - Acuerdo de los ADPIC. Anexo 1C, disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/other_treaties/text.jsp?file_id=305796. Consultado: Enero 11 de 2018.
- AGUILAR VILLANUEVA, LUIS. La hechura de las políticas públicas. Ed. Miguel Ángel Porrúa Grupo Editorial. México. 1992. ISBN: 968842319-1. p.10. Octubre 2 de 2018, disponible en: https://cienciadelapolitica.files.wordpress.com/2017/02/luis-aguilavillanueva_la-hechura-de-las-politicas.pdf
- Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional 1958, modificado el 28 de septiembre de 1979, disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/treaties/text.jsp?file_id=285840. Consultado: Enero 25 de 2018.
- BARBER, JOSÉ; DARDER, FIDEL. Dirección de Empresas Internacionales. Ed. Pearson Educación. ISBN: 9788420540894, 2004. Citado por GALLEGO SALDARRIAGA, JUAN, Introducción a los Negocios Internacionales, Rev. Esumer Institución Universitaria, 2014, ISBN 978-958-8599-70-0, p. 16, disponible en: <https://www.esumer.edu.co/images/centroeditorial/Libros/fei/libros/Introduccionalosnegociosinternacionales.pdf>. Consultado Abril 05 de 2018.
- BONILLA SABOGAL, CARLOS. Una pequeña aproximación al principio de veracidad en las denominaciones de origen e indicaciones de procedencia. Revista e-Mercatoria, Vol 3, No.1 .2004. Citado por PÉREZ VILLAREAL, JUAN. La artesanía en el Derecho. Colombia. *Revista Vniversitas*. Núm. 125, Julio 2012. s.p., disponible en: <http://basesbiblioteca.uexternado.edu.co:2048/login?url=http://>

- search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsvlx&AN=vlex.493037858&lang=es&site=eds-live. Consultado: Enero 24 de 2018.
- Colombia. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. MINCIT. Acuerdo Comercial entre la Unión Europea, Colombia y Perú. Título VII sobre Propiedad Intelectual, Capítulo 3, disponible en: http://www.tlc.gov.co/publicaciones/18028/acuerdo_comercial_entre_la_union_europea_colombia_y_peru. Consultado: Junio 15 de 2017.
- Colombia. Alcaldía Municipal de Guacamayas Boyacá. Indicadores. Aspectos Poblacionales del Municipio. Octubre 19 2017, disponible en: <http://www.guacamayas-boyaca.gov.co/municipio/indicadores>. Consultado: 06 junio de 2018.
- Colombia. Artesanías de Colombia. Diagnóstico del Sector Artesanal Colombiano, disponible en: <https://repositorio.artesantiasdecolombia.com.co/bitstream/001/2479/1/INST-D%201998.%208.pdf>. Consultado: Octubre 20 de 2017.
- Colombia. Artesanías de Colombia. El sector en Colombia: El sector artesano en Colombia. Caracterización, disponible en: http://www.artesantiasdecolombia.com.co:8080/PortalAc/c_sector/caracterizacion_81. Consultado: Octubre 20 de 2017.
- Colombia. Artesanías de Colombia. Estatutos - Artículo 5. Objeto. Mayo 24 de 2013, disponible en: http://artesantiasdecolombia.com.co/Documentos/Contenido/8523_estatutos_artesantias_de_colombia_mayo_24_2013.pdf. Consultado: 29 mayo de 2018.
- Colombia. Corte Constitucional. Sentencia T-477/2012. M.P. Adriana María Guillén Arango. 25 Junio 2012, disponible en: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2012/T-477-12.htm>. Consultado: Mayo 28 de 2018.
- Colombia. Corte Constitucional. Sentencia T-196/2019. M.P. José Fernando Reyes Cuartas. 14 Mayo 2019, disponible en: <http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2019/t-196-19.htm>. Consultado: Junio 28 de 2019.
- Colombia. PROCOLOMBIA. Informe: Oportunidades para el sector artesanías - 2015. Diapositiva 10. Presentaciones en formato Power Point, suministradas en la entrevista realizada Mayo 4 de 2018 en las instalaciones de la Entidad. Información interna no publicada en el portal web.
- Colombia. PROCOLOMBIA. Misión y Visión, disponible en: <http://www.procolombia.co/procolombia/que-es-procolombia/mision-y-vision>. Consultado: Agosto 12 de 2018.
- Colombia. Superintendencia de Industria y Comercio. Productos con Denominación de Origen, disponible en: <http://www.sic.gov.co/productos-condenominacion-de-origen>. Consultado: Junio 6 de 2018.
- Comunidad Andina de Naciones CAN. Decisión 486 de 2000 - Régimen Común sobre Propiedad Industrial. Título XII De las Indicaciones Geográficas,

disponible en: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/can/can012es.pdf>
Consultado: Enero 14 de 2018.

Convenio de París del 20 de marzo de 1883 para la Protección de la Propiedad Industrial del 20 de marzo de 1883, disponible en: http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=288515. Consultado: Enero 30 de 2018.

DANIELS, JOHN; RADEBAUGH, LEE y SULLIVAN, DANIEL. Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones. Décimo segunda. Ed. Pearson Educación. México 2010. ISBN: 978-607-442-386-7, pp. 122-123.

ECHAVARRÍA, ENRIQUE. Estudiar los tratados. Ecuador. Agosto 9 de 2004. p. 1. Citado por GUTIÉRREZ OSSA, JAHIR; SIERRA OSPINA, GRAICY; VASCO CARDONA, ANDRÉS, Tratados, jueces y justicia en la economía y los negocios internacionales. Perspectiva en Colombia, *Revista Opinión Jurídica*, Vol. 8, n.º 16, Julio - Diciembre de 2009, ISSN 1692-2530, p. 50, disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/ojum/v8n16/v8n16a03.pdf>. Consultado: Septiembre 16 de 2018.

Europa. Comisión Europea. Libro Verde “Aprovechar al máximo los conocimientos técnicos europeos: posible ampliación de la protección de las indicaciones geográficas de la Unión Europea a productos no agrícolas Texto pertinente a efectos del EEE”. Estrasburgo, 15.7.2014 COM (2014) 469 final.1.2.2 Marco jurídico en la Unión Europea. p. 5, disponible en: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com\(2014\)0469_/com_com\(2014\)0469_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/documents/com/com_com(2014)0469_/com_com(2014)0469_es.pdf). Consultado: Julio 8 de 2018.

European Commission. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. A Single Market for Intellectual Property Rights Boosting creativity and innovation to provide economic growth, high quality jobs and first class products and services in Europe. Brussels, 24.5.2011 COM (2011) 287 final, disponible en: http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/ipr_strategy/COM_2011_287_en.pdf. Consultado: Julio 31 de 2018.

Europa. Parlamento Europeo. Comisión de Desarrollo Regional. Informe sobre las regiones menos desarrolladas de la Unión Europea. (2017/2208(INI)). Ponente: Michela Giuffrida. A8-0046/2018. Opinión de La Comisión de Agricultura y Desarrollo Rural para la Comisión de Desarrollo Regional sobre las regiones menos desarrolladas de la Unión Europea (2017/2208(INI)) Ponente de opinión: Viorica Dăncilă. p. 18, disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2018-0046+O+DOC+PDF+VO//ES>. Consultado: Agosto 2 de 2018.

Europa. Parlamento Europeo. Informe sobre la posible ampliación de la protección de las indicaciones geográficas de la Unión Europea a productos no agrícolas. (2015/2053(INI)), disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A8-2015-0259+O+DOC+PDF+VO//ES>. Consultado: Agosto 2 de 2018.

- FORSTNER, KATHRIN. La artesanía como estrategia de desarrollo rural: El caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú). Cuadernos de Desarrollo Rural, n.º 72 2013. ISSN: 0122-1450. p. 143, disponible en: <http://eds.b.ebscohost.com.ez.urosario.edu.co/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=0c8c55a2-b122-43ac-909a-df5f14bb08fe%40pdc-v-sessmgr01>. Consultado: Agosto 12 de 2018.
- HEGEL, GEORG WILHELM FRIEDRICH. *Lecciones de Estética*, Buenos Aires, Argentina, La Pléyade, 1977, p. 150.
- HENRICI, JANE. Género, turismo y exportación: ¿llamando a la plata en el Perú? *Revista Antropológica*. Vol 25, 2007. ISSN: 0254-9212. p. 85, disponible en: <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edssci&AN=edssci.S0254.92122007000100004&lang=es&site=eds-live&scope=site>. Consultado: Agosto 12 de 2018.
- HERNÁNDEZ CONTRERAS, FERNANDO. *Introducción a los negocios internacionales*, Universidad Autónoma de Tamaulipas, México, 2013, ISBN-13: 978-84-16036-55-4, p. 13, disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/index.htm>. Consultado: Agosto 18 de 2018.
- InSight Consulting, REDD, ORIGIN. “Study on geographical indications protection for non-agricultural products in the internal market” Final report – 18 February 2013, disponible en: http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/docs/geo-indications/130322_geo-indications-non-agri-study_en.pdf. Consultado: Agosto 1 de 2018.
- LARRAÍN, JORGE, La identidad latinoamericana: Teoría e historia. *Estudios Públicos*, P. 60.
- LLONTO CAICEDO, YEFFERSON; VERA REYES, CYNTHIA. Crisis económica internacional e impacto en el Perú y en la región Lambayeque. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo – Perú, 2012, p. 2, disponible en: http://www.academia.edu/5014763/CRISIS_ECONOMICA_INTERNACIONAL_E_IMPACTO_EN_EL_PERU_Y_EN_LA_REGION_LAMBAYEQUE. Consultado: Agosto 13 de 2018.
- MAYOR MORA, ALBERTO. Cabezas duras y dedos inteligentes: Estilo de vida y cultura técnica de los artesanos colombianos desde el siglo XIX, *Cuadernos de Economía*, Bogotá. Instituto Colombiano de Cultura Colcultura, p. 20-68.
- NOVELO, V. (1994). La artesanía como problema. Hojarasca, 32, 51-54, citado por HERNÁNDEZ GIRÓN, JOSÉ; YESCAS LEÓN, MARÍA y DOMÍNGUEZ HERNÁNDEZ, MARÍA, Factores de éxito en los negocios de artesanía en México, *Rev. Estudios Gerenciales*, Vol. 23 n.º 104, 2007, pp. 77-99, disponible en: https://ac.els-cdn.com/S0123592307700189/1-s2.0-S0123592307700189-main.pdf?_tid=f46f9e35-3a68-4f23-8ccb-fb159cbbd1ab&acdnat=1537115703_6fcac756ec15300513acece6f997a2aa. Consultado: Mayo 20 de 2018.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPI, *Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Dibujos y Modelos Industriales e Indicaciones Geográficas*.

- Sexta sesión. Ginebra, 12 a 16 de marzo de 2001. p. 6, disponible en: http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/es/sct_6/sct_6_3.pdf. Consultado: Abril 2 de 2018.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual OMPI. Revista de la OMPI: Artesanías de Colombia: Noviembre 2006, disponible en: http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2006/06/article_0002.html. Consultado: Mayo 5 de 2018.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. OMPI. Publicación No 5 del año 2016 “No.5 La Propiedad Intelectual y la Artesanía Tradicional” 2016, p. 2, disponible en: http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_5.pdf. Consultado: 5 mayo de 2018.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. *Artesanía y Diseño*, disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/santiago/culture/creative-industries/crafts-design/>. Consultado: Mayo 5 de 2018.
- OROZCO (2008) p. 391. Citado por ERRAZURIZ TORTORELLI, CRISTINA. Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen: Propiedad intelectual en progreso - Geographical Indications and Appellations of Origins . Intellectual Property in progress, *Revista Chilena de Derecho* Vol. 37, n.º 2, Agosto 2010. ISSN 0718-3437.sp., disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372010000200002> Consultado: Julio 21 de 2018.
- PEÑAVINCES, JESÚS. Análisis comparativo de la competitividad de las economías del Perú y Chile desde un enfoque global. *Journal Of Economics, Finance & Administrative Science*. Vol. 14, n.º 27. Diciembre 2009. ISSN: 20771886. Fuente Académica, EBSCOhost p. 88, disponible en: <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zbh&AN=47189445&lang=es&site=eds-live&scope=site>. Consultado: Agosto 13 de 2018.
- Perú. Congreso de la República. Ley n.º 29073 del 23 de Julio de 2007. “Ley del Artesano y del Desarrollo de la Actividad Artesanal y su Reglamento”, disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/24_Ley_del_artesano_y_desarrollo_actividad_artesanal_2012b.pdf. Consultado: Mayo 20 de 2018.
- Perú. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI - Sala Especializada en Propiedad Intelectual - Dirección de Signos Distintivos, disponible en: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/denominaciones-de-origen-nacionales>. Consultado: Junio 9 de 2018.
- Perú. Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual INDECOPI. Resolución n.º 011517 del 26 de Julio de 2006. Expediente n.º 273038-2006, disponible: https://www.indecopi.gob.pe/documents/20195/199774/3+R03_011517-2006.pdf/5d21e790-a3a0-4800-a2af-e8424d65c3d1. Consultado: Junio 9 de 2018.

- Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Centros de Innovación Tecnológica – CITES, disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/desarrollo-de-la-artesania/centros-de-innovacion-tecnologica-cites/> Consultado: Enero 15 de 2018.
- Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Cerámica de Chulucanas - Septiembre 2015, pp. 12-13, disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/publicaciones/artesania/14_Ceramica_de_Chulucanas_2015.pdf. Consultado: Junio 9 de 2018.
- Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Organigrama del MINCETUR, disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/institucional/acercadel-ministerio/organigrama/>. Consultado: Mayo 20 de 2018.
- Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. MINCETUR. Registro Nacional del Artesano, disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/mas-de-60-mil-artesanos-se-han-inscrito-en-el-registro-nacional-del-artesano-al-2016/>. Consultado: Junio 24 de 2018.
- Perú. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Registro Nacional de Artesanía – RNA, disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/artesania-2/registro-nacional-de-artesania-rna/>. Consultado: Junio 26 de 2018.
- Perú. MINCETUR, UE-Perú/ PENX, y la Unión Europea. Artesanía Perú, Handicrafts - Hecho a Mano Perú, p. 4, disponible en: https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/otras_lecturas/Artesania_peruana.pdf. Consultado: Junio 3 de 2018.
- Respuesta del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Consulta Mayo 20 de 2018, vía correo electrónico. Carmen Juárez Pinedo - Dirección General de Investigación y Estudios sobre Turismo y Artesanía cjuarez@mincetur.gob.pe. Consultado: Junio 5 de 2018.
- Respuesta del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Consulta Julio 16 de 2018, vía correo electrónico. Ingeniero Danmer A. Luna Malaver. Profesional TI - Registro Nacional del Artesano - Dirección General de Artesanía, disponible en: dluna@mincetur.gob.pe. Consultado: Julio 20 de 2018.
- Respuesta de PROCOLOMBIA. Consulta PQRS 6948 del 15 de mayo de 2018, vía correo electrónico. Elizabeth Cadena Fernández Primer Suplente del Representante Legal para Asuntos del Fideicomiso PROCOLOMBIA, disponible en: RepresentanteLegal@procolombia.co. Junio 5 de 2018. Informe: Colombia aliado estratégico en el sector de artesanías – 2018.
- SOLÓRZANO GIL, MÓNICA. La creatividad como motor de desarrollo - El caso de San Cristóbal de Las Casas, Chiapas y la declaratoria de ciudad creativa por la artesanía y arte popular de la UNESCO - Creativity as a development motivator. Universidad Jesuita de Guadalajara, México. Revista Turismo y Patrimonio. Vol. 11, Mayo 2017. ISSN: 16809556. p. 106., disponible en: <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=zb>

h&AN=125971296&lang=es&site=eds-live&scope=site. Consultado: Agosto 12 de 2018

- SUNKEL, GUILLERMO. 1999. El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación. Convenio Andrés Bello 1999. ISBN. 9586980111, p. 15, disponible en: https://www.google.com/url?q=http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4686/3650&sa=U&ved=0ahUKEwi_092li7LdAhXPo1kKHfZ0DDEQFggEMAA&client=internal-uds-cse&cx=001465564511352097470:5raxdz3ua_0&usq=AOvVaw0RWfNgRykZb4Isd3FTBwu. Consultado: Mayo 20 de 2018.
- Tribunal de Cuentas Europeo. ¿Contribuyen la concepción y la Gestión del Sistema de Indicaciones Geográficas a que este sea eficaz? Informe Especial. N.º 11 – 2011, p. 12, disponible en: https://www.origin-gi.com/images/stories/PDFs/Spanish/Report_Court_of_Auditors_ES.pdf. Consultado: Abril 5 de 2018.
- WANG, CHUN-HSIEN. A longitudinal study of innovation competence and quality management on firm performance. “Innovation competence and firm performance High-technology firms engage in innovation as a way to acquire knowledge, to increase competitiveness and to create new skills that intensify competition within the high-technology business environment”. *Revista Innovation: Management, Policy & Practice*, Vol. 16, n.º 3, Diciembre 2014. doi:10.5172/impp.2014.16.3.392, p. 395, disponible en: <http://ez.urosario.edu.co/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=99801268&lang=es&site=eds-live&scope=site>. Consultado: Agosto 12 de 2018.