

PROTECCIÓN DE LAS TRADICIONES DE LA RUTA DE LAS HINOJOSAS EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ COMO UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN EL MARCO DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL PARA LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Protection of The Traditions of The Ruta De Las Hinojosas In the Department of Boyacá As a Business Opportunity Within the Framework of The World Intellectual Property Organization.

Alfonso Guevara, Miguel Angel

Estudiante Negocios Internacionales Universidad Santo Tomas

Resumen:

Buscando proteger y explotar el potencial turístico del departamento de Boyacá, el siguiente artículo espera determinar la viabilidad de la creación de una marca colectiva que preserve e impulse el “Anillo Turístico de las Hinojosas” a través de las herramientas proporcionadas por la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual (OMPI). Para determinar dicha viabilidad se parte de un análisis al caso de éxito que tuvo Perú, seguido de un estudio de la historia y elementos de la ruta turística; también se analizará de qué manera la propiedad intelectual puede efectuar una protección para desenvolverse en el mercado turístico de una manera provechosa y duradera.

Palabras Clave:

Turismo, Cultura, Tradición, Propiedad Intelectual, Artesanía, Colombia, Marca, Gastronomía.

Abstract:

Looking to protect and exploit the tourist potential of the department of Boyacá, the following article aims to determine the feasibility of creating a collective trademark that preserves and promotes the "Tourist Ring of the Hinojosas" through the tools provided by the

World Intellectual Property Organization. To determine such feasibility, an analysis of the successful case of Peru will be made, followed by a study of the history and elements of the tourist route; it will also be analyzed how intellectual property can provide protection to develop in the tourist market in a profitable and lasting way.

Keywords:

Tourism, Culture, Tradition, Intellectual Property, Crafts, Colombia, Trademark, Gastronomy.

Introducción:

El departamento de Boyacá a lo largo de los años ha comenzado a ser reconocido como un punto de interés turístico gracias a su amplia historia, cultura, y tradiciones; destacando como en sus diversos municipios con su gran altitud y bajas temperaturas, siempre ha habido habitantes con una calidez y hospitalidad sin igual para todo aquel que desee visitar y aprender un poco de sus tradiciones. Una de las historias que ha gozado de más popularidad con el paso de las décadas fue la vida de Inés Hinojosa¹ y su revoltosa vida amorosa.

En el año 2005 como parte de un proyecto desarrollado por la Secretaría de Gestión Empresarial del departamento de Boyacá se crea la cooperativa turística “COOPHINOJOSA” con el fin de fortalecer las actividades de turismo en los municipios y dinamizar su economía (Viaja Por Colombia, 2006). Sin embargo, este proyecto con el paso del tiempo fue perdiendo fuerza e interés volviendo a quedarse atrás dejando a un lado el excelente potencial turístico, cultural y económico que se había visto en los municipios involucrados.

¹ Mujer de la alta sociedad de la Nueva Granada que vivió en el siglo 16 y fue conocida por sus escandalosos y trágicos amoríos.

A pesar de que el tiempo ha transcurrido, la idea sigue en el aire esperando a desarrollarse apropiadamente, buscando brindarles a estos municipios el impulso que necesitan para poder compartir la riqueza con la que cuentan al mundo. Lograr una meta de este tipo necesita de idear un plan que enlace a todas las partes y les permita acceder a las garantías y herramientas de protección esperadas.

En el presente trabajo se busca determinar, a través de una investigación cualitativa y un estudio de caso, de qué manera por medio de la posible institución y registro de una marca colectiva, el circuito turístico y cultural de las Hinojosas, en el departamento de Boyacá, podría verse beneficiado por una serie de protecciones por parte de la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual (OMPI). Analizando puntualmente cada uno de los elementos que conforman dicha ruta turística y cómo estos podrían ser protegidos, haciendo un análisis al funcionamiento de la propiedad intelectual y de qué manera se puede articular con el sector turístico del departamento.

Todo esto pretende ser desarrollado bajo la siguiente hipótesis:

La creación de una marca colectiva y su posterior registro para el circuito turístico de las Hinojosas, permitirían al departamento Boyacá impulsar su sector turístico, explotando un mercado poco desarrollado beneficiando así a todas las partes involucradas. Donde podría evidenciarse el presunto potencial del departamento y cómo la estrategia de una marca colectiva puede ser un favorable plan para Boyacá, o por el contrario podría determinarse la poca viabilidad de un proyecto como estos, debido a dificultades en creación de la marca colectiva o el no cumplimiento de los requisitos para ser elegible a las protecciones por parte de la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual.

Reflexión:

Análisis al caso de estudio de Perú

El ser humano gracias a su intelecto y evolución ha adquirido la capacidad de crear e innovar, construyendo ideas completamente nuevas permitiéndole avanzar y transformar el mundo a su alrededor. Sin embargo, desde el momento de su aparición fue indispensable otorgarles a esas ideas las medidas de protección necesarias para permitir la correcta explotación de estas.

La manera de otorgar dichas protecciones ha sido a través de la Propiedad Intelectual, un conjunto de reglas que tienen por objeto la protección de los resultados creativos de las personas permitiendo que dichos esfuerzos creativos se puedan explotar y multiplicar, al entregar a los creadores intelectuales poderosos incentivos para una mayor dedicación a dicha actividad, a través de una gran variedad de derechos² que permitan recompensar su trabajo (OMPI, 2020). De este concepto de propiedad intelectual se desprenden dos grandes variantes: los derechos de autor y la propiedad industrial.

En los derechos de autor se abarcan las obras literarias (por ejemplo, las novelas, los poemas y las obras de teatro), las películas, la música, las obras artísticas (tales como, dibujos, pinturas, fotografías y esculturas) y los diseños arquitectónicos. Por otra parte, en la propiedad industrial se abarcan las patentes de invención, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas (OMPI, 2004).

Esto lleva al caso de Perú, donde a través de las medidas de protección de la propiedad industrial determinaron un potencial que había en su país y desarrollaron una estrategia destinada a proteger y promover las Industrias Creativas (ICIs) de los sectores: agricultura orgánica,

² Tales como licencias de uso, marcas registradas, diseños industriales, patentes, denominaciones de origen.

artesanía, turismo rural y gastronomía. Acorde a lo anterior se define a las Industrias Creativas como: “aquellas actividades productivas innovadoras cuyos productos materiales o inmateriales son artísticos o creativos y tienen un potencial para la creación de riqueza y la generación de ingresos, a través de la producción de bienes y servicios basados en conocimientos tradicionales y contemporáneos”. (F-ODS Naciones Unidas, 2013)

Para la puesta en marcha de este proyecto del Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas (F-ODM), fueron seleccionados algunos de los grupos considerados como vulnerables de 12 distritos en 8 provincias de las regiones de Ayacucho, Cusco, Puno y Lambayeque, a los cuales se les pudiera ayudar a adquirir un mayor nivel de desarrollo y mejora de la calidad de vida, a través de una considerable reducción de la pobreza. Esto teniendo en cuenta la mega diversidad que hay en Perú, con su variedad de climas y regiones, que han permitido el crecimiento de manifestaciones culturales, tradiciones y costumbres únicas que le dan un potencial enorme para explotar.

La lógica detrás del planteamiento de esta estrategia, es utilizar las herramientas de la propiedad intelectual para reducir la pobreza, apoyándose en los siguientes enunciados: primero, los elementos de la propiedad intelectual constituyen herramientas para mejorar la competitividad de un país; y segundo, las PYMES constituyen el motor de la economía peruana. (F-ODS Naciones Unidas, 2013). Siendo estas observaciones muy acertadas debido a que en la época actual la propiedad intelectual ha ganado fuerza y reconocimiento y ha otorgado la capacidad de explotar apropiadamente una gran diversidad de sectores económicos, con el respaldo de la exclusividad que esta otorga. Es claro que la competencia en los mercados es alta y una idea exitosa puede ser fácilmente replicada, adicionalmente esta estrategia da un giro al enfoque que ha recibido la propiedad intelectual ajeno a su propósito original, pues si bien esta

fue construida para que pequeños o grandes empresarios puedan acceder a sus protecciones, se le ha dado una orientación distinta a lo largo del tiempo, donde suelen ser las ideas y creaciones de grandes compañías las que se interesan en estas salvaguardias. Sin embargo, mediante este proyecto, las pequeñas y medianas empresas podrán acceder de mejor manera a las herramientas de protección de la propiedad intelectual tales como: patentes, denominaciones de origen, marcas registradas, marcas de certificación; adquiriendo el reconocimiento y protección merecido y necesario para ser más competitivos en el mercado.

Conforme a lo anterior es apropiado destacar que las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), ahora más que nunca deben ser tenidas en cuenta especialmente cuando están tomando un papel cada vez más relevante en la economía de los países. En el caso del Perú, este tipo de pequeñas y medianas empresas conforman el 98,6% del total de las empresas; representando el 75,9% de la población con empleo, su participación en el Producto Interno Bruto (PIB) es del 42% y contribuyen con el alrededor del 3% a las exportaciones (Trillo, s.f); un caso que también puede llegar a verse en otros países latinoamericanos como Colombia. Por lo tanto, un proyecto como este, que impulse a las PYMES es el perfecto generador de crecimiento económico, ya que si en una economía los más pequeños y vulnerables se fortalecen el beneficio puede llegar a ser para todos a una gran escala.

Es por esto que se eligen las pequeñas y medianas empresas como objetivo del proyecto del F-ODM en Perú, se establecieron las marcas de certificación y marcas colectivas como tema principal debido a que estos temas corresponden a temas de derechos colectivos que pueden beneficiar a toda esta comunidad de empresas. Adicionalmente, cabe destacar que el reconocimiento de una marca colectiva o de certificación, no necesita de una gran inversión en

materia de tiempo y dinero; facilitando la implementación del proyecto y obtención de resultados.

Una vez puesto en marcha el proyecto, se hizo un análisis del sector turístico, enfocándose en los aspectos artesanal y gastronómico de las regiones de Ayacucho, Cusco, Puno y Lambayeque; donde se buscaba la mejor manera de explotar estos sectores a través de las marcas colectivas y de certificación para hacerlos más atractivos y enfocados al turismo. Pues se establece según la Organización Mundial del Turismo que esta actividad es el generador más grande a nivel mundial de ingresos para los países, siendo el principal contribuyente al desarrollo de la economía mundial, por la generación de empleos y la creación de riqueza. (F-ODS Naciones Unidas, 2013)

En el estudio se estableció primeramente que en el grupo de las artesanías hay un factor determinante a tener en cuenta y es que gran parte de los trabajos y productos tradicionales creados en estos pueblos corresponden a alfarería, tejidos y diseños aplicados a diversos objetos, los cuales siguen expresiones tradicionales que se han ido transmitiendo de generación en generación durante tal vez cientos de años dentro de sus comunidades. Haciendo que, a pesar de ser obras de arte únicas, sea técnicamente imposible identificar quién fue el autor original de estas creaciones y su arte sea del dominio público.

Por lo tanto, el uso de marcas de certificación es idóneo para este proyecto, pues el factor de contar con un autor original no es importante y permite a estas artesanías peruanas garantizar su origen geográfico, agregarle valor, o resaltar alguna otra característica propia que haga estos productos atractivos ante los ojos de los consumidores (F-ODS Naciones Unidas, 2013); ayudado así al marketing de los productos, su ingreso al mercado y posterior posicionamiento gracias a la confianza que se entrega a los consumidores sobre la calidad de los mismos. Es clave

destacar como muchos potenciales clientes están dispuestos a pagar un precio más alto por un producto que avalen ciertos estándares de calidad y que además su origen genere empatía al apoyar los pequeños empresarios regionales.

Es importante ahora entender qué son y cómo se obtienen las marcas de certificación; según la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual (OMPI) se pueden definir como “un signo distintivo destinado a ser aplicado a productos o servicios cuya calidad u otras características han sido certificadas por el titular de la marca” (OMPI, 2000), es decir, que estas marcas tienen como objetivo el garantizar la calidad de un determinado producto o servicio. Para lograr esto, el creador de la marca debe establecer las características técnicas, tales como la elaboración o comercialización que deben tener los productos o servicios en caso de que terceros vayan a hacer uso de la misma.

Las marcas de certificación respecto a las artesanías pueden servir para certificar las siguientes características:

- Que las artesanías son hechas a mano
- Que se respeta el medio ambiente en los procesos productivos;
- Que las artesanías se elaboran exclusivamente en determinada comunidad y con los insumos que están vinculados a un determinado origen geográfico.
- Que en la elaboración de las artesanías se están aplicando técnicas ancestrales que corren el riesgo de desaparecer.

Por consiguiente, luego de realizarse diversos estudios a las creaciones de los 12 distritos peruanos fueron seleccionados los diseños innovadores de los Toritos de Pucará, los tallados en Piedra de Huamanga, los trabajos litúrgicos, los retablos, los tejidos en telar, la hojalatería y la cerería de Ayacucho, la cerámica de Quinoa, los checos de Mórrope, y los tejidos en telar de

cintura de Túcume (F-ODS Naciones Unidas, 2013); los cuales debido a su originalidad salieron favorecidos para ser parte de la estrategia de protección a través de las marcas de certificación.

Figura 1

Toritos de Pucara



Tomada de: (PeruRail, 2020)

Figura 2

Tejidos de Túcume



Tomada de: (Molycata, 2018)

Todas estas excelentes artesanías por si solas hacen de estas regiones peruanas una excelente opción turística; no solo por adquirirlas si no por descubrir y admirar los tradicionales

procesos de producción. Sin embargo, puede que esto no sea suficiente para atraer visitantes, así que el estudio fue más allá y complemento la investigación con otros sectores que atraen fuertemente a los turistas como lo es la gastronomía.

En grandes rasgos la gastronomía de estas regiones es muy tradicional y rudimentaria. No obstante, esta cuenta con una gran calidad gracias las capacitaciones impartidas por el gobierno peruano que abordan principalmente los temas de higiene y manipulación de alimentos, preparación de platos balanceados y presentación (F-ODS Naciones Unidas, 2013).

Es apropiado remarcar como estos platos típicos peruanos son también candidatos a recibir las marcas de certificación, pues estos cuentan con las características necesarias; como ser elaborados con materias primas específicas de dichas regiones bajo rigurosas recetas y con emplatados específicos que garanticen que los productos ofrecidos tengan el sabor tradicional que los caracteriza.

Los platos más atractivos y consumidos por los visitantes foráneos de estas regiones son la papa con cuy, el mote con chanchito, la chochoca, la sopa de trigo, y el caldo de habas con olluco. Sin embargo, hay gran variedad de alimentos tradicionales tales como:

a. Carnes / proteínas animales:

- Cordero: es uno de los animales más criados en la región. Sobre todo, en la zona norte.
- Vacunos: su consumo es mucho menor que el del cordero, pero también se consume en ocasiones especiales.
- Cuy: tal vez uno de los platos más emblemáticos, conocido también como conejillo de indias el consumo de su carne tiene una larga tradición culinaria dentro de la cultura pre-inca de los Andes.

- Pescado: el principal es el karachi, pero también se consumen otros como el pejerrey, la trucha, el ispi, y en menor medida el mauri y el suche. Todos estos pescados son obtenidos en el lago Titicaca, la mayoría son silvestres, salvo algunas truchas que son criadas por algunas comunidades

Figura 3

Cuy con papas



Tomada de: (Una Comida Peruana, 2020)

Figura 4

Caldo de karachi



Tomada de: (Municipio de Huatajata, s.f.)

b. Harinas / carbohidratos:

- Papa: es el principal carbohidrato consumido en la zona. Se consume diariamente en todas las comidas. En todo el país hay un número considerable de variedades, pero la más consumida es la imilla negra, que es la más común.

- Cebada, Quinoa, Habas, Oca, isaño, papaliza y demás tubérculos locales

Este estudio demuestra que al ir de la mano la gastronomía y las artesanías, se le dan a estas regiones del Perú todo el atractivo turístico necesario para ser una opción imperdible al visitar el país.

Ahora es posible abordar la segunda parte del proyecto, acerca de las marcas colectivas que como su nombre lo indica, es una marca que es propiedad de muchos, tal como una organización o una cooperativa, cuyos miembros la pueden utilizar y explotar económicamente para su beneficio. Este uso podrá efectuarse en la medida en que los miembros respeten las condiciones establecidas para su uso (Otamendi, 1995). Es decir, este modelo permite reunir diferentes empresas o productores y que puedan en grupo tener una marca que abarque una mayor cantidad de mercado y sea una competencia más fuerte que si cada una de las partes operara individualmente.

De esta manera, para el proyecto del Fondo para el logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas (F-ODM) en Perú se reunieron diferentes artesanos, cocineros y productores peruanos para que de manera conjunta crearan una marca colectiva construyendo alianzas de producción en equipo que les permitieran hacer frente a la alta demanda, y que a su vez al contar con una sola marca se pudieran enfocar de mejor manera las tareas de marketing y posicionamiento llegando de esta manera a un mercado más amplio; estas

marcas colectivas se desenvuelven en los sectores de la paja palma, fibra vegetal, algodón nativo, productos lácteos, carne de cuy y cerveza artesanal de quinua, entre otros.

Estas indagaciones permitieron llegar a diferentes conclusiones publicadas en el informe de Herramientas de protección de la Propiedad Intelectual para las Industrias Creativas en el Perú (F-ODS Naciones Unidas, 2013); donde se pudieron evidenciar aspectos tales como:

- 1) El negocio de artesanía ha reemplazado a la actividad agrícola, como fuente generadora de riqueza; siendo que ésta última es practicada con fines de subsistencia.
- 2) Los integrantes de los negocios se encuentran vinculados por lazos familiares, lo que permite un grado elevado de confianza al interior de las asociaciones.
- 3) Las ventas, dependen principalmente del turismo receptivo. Son pocos los artesanos que tienen contactos con intermediarios extranjeros y nacionales.
- 4) No existe conocimiento suficiente sobre la utilidad de herramientas de propiedad intelectual, especialmente sobre marcas y diseños. Si bien se emplean signos distintivos, éstos son básicamente empleados para el reconocimiento del artesano respecto de su producto. Esto es, como una especie de código secreto que le permite al artesano saber qué producto es suyo y cuál no; no obstante, dichos signos no resultan perceptibles para los clientes.

Finalmente, acorde a las evidencias expuestas anteriormente es correcto afirmar cómo en el Perú existen altos niveles de desconocimiento frente a las ventajas y utilidad que pueden ofrecer estas herramientas de propiedad intelectual hacia sectores como el turístico y el artesanal. Sin embargo, con la guía apropiada y la construcción de unas estrategias de trabajo favorables, es posible poner en marcha satisfactorios proyectos que beneficien a los pequeños y medianos

productores y así mismo entreguen a los consumidores una mejor experiencia y resultados al adquirir los productos o servicios, tomando provecho de los beneficios que trae el emplear los instrumentos que provee la propiedad intelectual.

Este caso de estudio es de gran importancia pues Perú y Colombia son países con muchas características históricas y culturales en común y sirve como un sólido punto de referencia, ya que en Perú estos proyectos fueron exitosos y entregan evidencia de la favorabilidad que hay para que estos sean desarrollados en Colombia.

La ruta turística del anillo de las Hinojosas

Una vez se ha finalizado el estudio al caso peruano, es consecuente trasladar los análisis al asunto por estudiar en Colombia, que corresponde al denominado Anillo Turístico de las Hinojosas. Sin embargo, para entender quiénes son las Hinojosas y por qué es tan relevante su pasado es apropiado remitirse a la historia de Colombia, más exactamente a la ciudad de Tunja en el siglo XVI, pues allí vivió Inés de Hinojosa, una mujer nacida en el año de 1540 en Barquisimeto, Venezuela y su vida hace parte de un recordado hecho histórico conocido como el primer escándalo de Tunja. Inés se casó en Carora con el español Pedro de Ávila, un hombre borracho, parrandero y jugador. Hasta que un día llega a la ciudad Jorge Voto, un apuesto sevillano, seductor y vividor, profesor de música y danza que se vendía a sí mismo como maestro de las costumbres de la corte española. Eventualmente Inés comienza un amorío con Voto y juntos planean el asesinato de Pedro de Ávila, quien días después aparece muerto a causa de múltiples puñaladas que le fueron infligidas mientras dormía. Sin embargo, Jorge Voto debido a su trabajo de bailarín solía ausentarse de su casa en Tunja y esta fue otra oportunidad para Inés de empezar nuevos amoríos ahora con un hombre conocido como el encomendero, con quien premedita el asesinato de su segundo esposo, y así sucede apareciendo una mañana muerto en el

fondo de una quebrada. Esta vez, sin embargo, los asesinos fueron descubiertos y se impartió una justicia adecuada: el encomendero dueño de vidas en esclavitud y haciendas, fue condenado a ser degollado, Inés por su parte recibió el castigo de la horca, junto con Hernán Bravo de Rivera hermano mestizo de don Pedro y cómplice en el asesinato de Jorge Voto. (Salamanca, 2012)

Es por estos escandalosos sucesos especialmente para la sociedad del siglo XVI que surge un misticismo alrededor de esta historia de amor, traiciones y crímenes; misterio que fue creciendo a lo largo de los años, alimentado por las leyendas, novelas y producciones de televisión. La historia fue plasmada por primera vez por Juan Rodríguez Freyle en el capítulo X de *El Carnero*³ en 1859 y siendo revivida igualmente en 1986 por el escritor colombiano Próspero Morales Padilla en *Los pecados de Inés de Hinojosa* (Robledo, 1999). Fuera del ámbito literario y cinematográfico nunca se había visto otras maneras de aprovechar el potencial con el que contaba esta misteriosa historia hasta que en el año 2005 la Secretaría de Gestión Empresarial y la Cámara de Comercio de Tunja elaboraron “la Ruta de las Hinojosa” como una estrategia para publicitar e impulsar el turismo y desarrollo de los municipios seleccionados para hacer parte del anillo turístico.

El anillo turístico oficial comienza en el Puente de Boyacá y continúa a Tunja, Soracá, Chivatá, Siachoque, Toca, Oicatá, Combita y Tuta. La idea inicial fue recibida favorablemente gracias a que pudo observarse el potencial que tenía este proyecto debido a que los municipios elegidos contaban con gastronomía, cultura, artesanías y tradición para atraer a sus visitantes. Sin embargo, a pesar de esta favorable acogida en sus años de lanzamiento, con el paso del tiempo el

³ *El Carnero* es la obra más emblemática de nuestras letras coloniales, fue escrita entre 1636-1638 y publicada hasta 1859 por Juan Rodríguez Freyle. En una época de usanza de las crónicas reales, esta obra pretendió narrar los hechos de la Conquista y la primera sociedad colonial. (Biblioteca Nacional de Colombia, 2017)

proyecto fue perdiendo interés y apoyo por parte del gobierno regional y a su vez de los habitantes de los municipios involucrados hasta quedar en el olvido.

Es claro que el panorama actual para este proyecto no es el más favorable, pues este ha pasado al olvido de la comunidad Boyacense, los comerciantes del mercado turístico de los municipios involucrados se encuentran trabajando por separado y adicionalmente, al haber sido un proyecto que se gestionó en otra administración de gobierno durante el año 2005, actualmente no hay un presupuesto establecido para la puesta en marcha de un proyecto de esta magnitud. No obstante, las bases del proyecto están establecidas y hay diferentes maneras de volver a reactivarlo, siendo la constitución de una **marca colectiva** la opción más llamativa y favorable, donde los pequeños y medianos empresarios se asocien y bajo una sola marca puedan presentar sus productos y servicios al mercado. Así mismo, la marca colectiva no puede ser el único trabajo a realizar, un registro del nombre y los logos de la ruta y la búsqueda de marcas de certificación son también opciones a considerar para el proyecto.

Acorde a la información anterior, es necesario establecer los puntos fuertes con los que los municipios localizados en la ruta de las Hinojosa cuentan actualmente y de esta manera al momento de establecerse una marca colectiva haya un panorama claro de fortalezas a explotar. Por consiguiente, debido a sus tradiciones y cultura los municipios del departamento de Boyacá se destacan por su gastronomía y artesanías.

Acerca de sus artesanías, Boyacá con el paso del tiempo ha ganado su reconocimiento como la tierra de grandes artesanos, en donde diferentes condiciones tales como el suelo, el clima y la naturaleza han entregado las condiciones óptimas para que el esparto, la caña brava, el fique, la madera, la tagua, el barro e inclusive el carbón, sean las materias primas perfectas para que junto con los años de tradición se logre la creación de artesanías de una belleza única.

Figura 4

Uso de caña brava



Tomada de: (Murcia Today, 2019)

Artesanías de Colombia ha identificado que, entre los trabajos con gran prevalencia en el departamento de Boyacá, se encuentran: la tejeduría en crin de caballo y fique; los tejidos en telar; los trabajos en madera, cuero, metal y forja; la cestería en esparto, caña brava y fique; la talla en piedra, carbón y tagua; el enchapado en chonta y hueso; la fundición; los trabajos en cerámica; y la elaboración de instrumentos musicales; así como la joyería y la bisutería (Artesanías de Colombia, 2019). También, Artesanías de Colombia determinó que en el departamento se ubican 1.988 artesanos de los cuales, el 54% reconocen a la artesanía como su principal fuente de ingresos y hallando que, para comercializar sus productos, el 61% vende sus artesanías de forma directa, sin intermediarios y el 28% participa en ferias artesanales.

Figura 5

Cestería en esparto



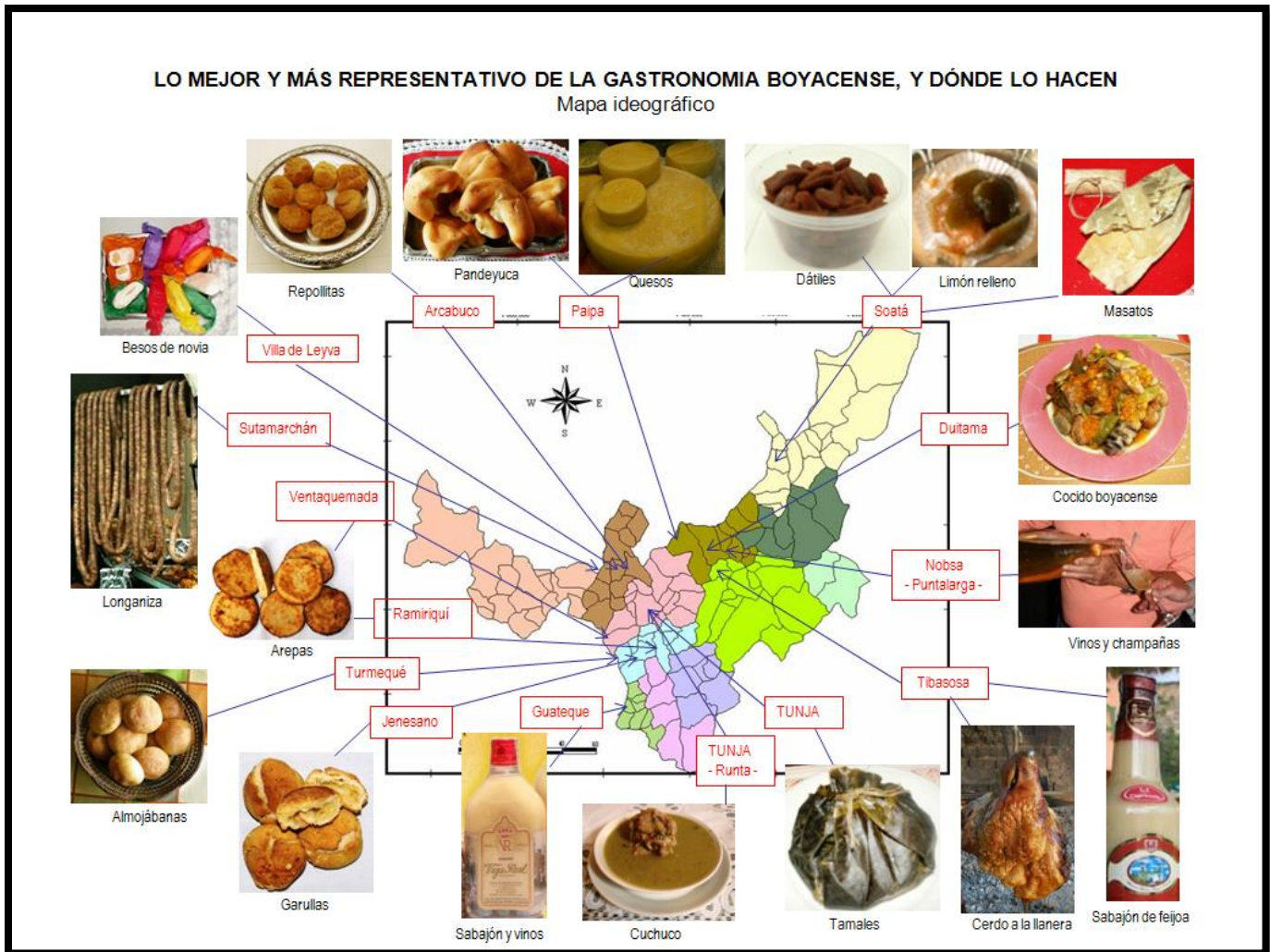
Tomada de: (elcampesino.co, 2019)

Por otra parte, es posible considerar que uno de los aspectos culturales más importantes de una sociedad es su gastronomía, pues en ella es posible evidenciar una manifestación de sus tradiciones y costumbres propias, permitiendo a las personas plasmar sus experiencias, conocimientos, ingenio y otras virtudes en un plato (Boyacá Cultural, 2010). Es en este campo donde brillan muchos de los municipios del departamento de Boyacá, los cuales cuentan con diferentes platos y recetas tradicionales, algunas también presentes en otras regiones de Colombia, como son las arepas, la mazamorra o el cocido; sin embargo, siempre reciben el toque de algún ingrediente local para darle un sabor más autóctono.

Los principales cultivos del departamento son el maíz y la papa; por lo que muchos platos de la gastronomía boyacense tienen estos ingredientes. Además, también destaca la abundancia de la yuca, batata, frijol, el ají, las habas o tubérculos como nabos, cubios y rubas. Tras la colonización de los españoles, se introdujo el cultivo del trigo; lo cual también fue incorporado en gran medida a la alimentación (Gastronomía Colombia, 2016).

Figura 6

Gastronomía en Boyacá



Tomada de: (Gastronomía Colombia, 2016)

Acá es posible observar un gráfico con los principales platos típicos del departamento; si bien no se aprecian todos los platos de los municipios seleccionados para la ruta, permite construir una amplia idea respecto a la diversidad de las recetas y sobre lo que se puede esperar en materia de gastronomía al visitar el departamento. De igual manera estas recetas se pueden consumir en el transcurso de la ruta gracias a la cercanía que existe entre los municipios. Esto hace que el circuito turístico de las Hinojosa sea una alternativa mucho más atractiva pues no

limita al turista únicamente a los ocho municipios promocionados y le abre las puertas a todos los otros atractivos con los que cuenta Boyacá.

Figura 7

Imagen Promocional Original de la Ruta



Tomada de: (Visita Boyacá, s.f.)

Teniendo ya una visión general de lo que ofrece el departamento en materia de gastronomía y artesanía, es posible avanzar a estudiar en detalle los municipios pertenecientes al anillo turístico y de esta forma determinar de qué manera estos atractivos turísticos podrían integrarse en la constitución de la marca colectiva “Ruta de las Hinojosa”; comenzando así por el primero de los ocho municipios que además es la capital del departamento de Boyacá.

1. Tunja

Es la Capital del departamento de Boyacá, fundada por Gonzalo Suárez Rendón en 1539, sobre los restos de la población conocida como Hunza de la cultura Muisca. En dicho territorio tuvieron gloria y desarrollo los Zagues, considerados hijos del Sol por sus habitantes.

Tunja conserva, como legado histórico, construcciones de la época. Así, es posible encontrar templos, conventos y casas, que mezclan los estilos gótico, isabelino, romántico, mudéjar y barroco. En dichas piezas arquitectónicas se destaca la influencia del mestizaje, en el cual se refleja la flora y la fauna de la región y la utilización de las pinturas vegetales (Viaja Por Colombia, 2015).

De esta manera dentro de los atractivos que Tunja puede aportar a la constitución de la marca colectiva están, sus iglesias tales como Santo Domingo con su capilla del Rosario o la Iglesia Convento de Santa Clara la Real ambas con una arquitectura admirable.

Gastronómicamente hablando en Tunja es posible encontrar el reconocido cuchuco de trigo una sopa espesa, usualmente con carne de cerdo, arvejas, zanahoria, papa picada y adobos como ajo, cebolla y cilantro, guascas o laurel, que surgió en el municipio desde tiempos precolombinos y es hoy en día una clara muestra de la cultura Tunjana.

2.Soracá

Soracá es un pequeño municipio ubicado sobre las tierras que pertenecieron a los indígenas soracaes, de la Confederación Muisca antes de la conquista española, muy representativo a nivel Departamental y Nacional por el cultivo de la papa de óptima calidad, por la comercialización de carne y la realización mensual de masivas misas de sanación que atraen a cientos de católicos de todo el país (Alcaldía de Soracá, 2018).

En Soracá destaca su gastronomía: con el cocido boyacense y chicha y también la elaboración de artesanías tales como: frazadas, ruanas, lienzos, entre otros productos de lana.

3.Chivatá

Es un municipio boyacense reconocido como encomienda en épocas de la colonia, y por ser un lugar de paso obligado del Libertador Simón Bolívar en su campaña hacia las batallas del Pantano de Vargas y el Puente de Boyacá, esto potencializa al municipio como destino turístico del departamento. Inicialmente era un caserío de origen muisca regido por el cacique Chipatá, de ahí la procedencia de su nombre, en el año de 1556 los colonos españoles llegaron a asentarse en el lugar. Cabe destacar que su primer comendador fue Pedro Bravo, famoso por ser degollado en 1571 al descubrirse su culpabilidad en el asesinato del señor Jorge Voto, exesposo de Inés de Hinojosa (Alcaldía del municipio de Chivatá, 2015).

Chivatá se destaca por sus recetas y caldos a base de papa, que debido a la altitud de este y la calidad de su tierra le han otorgado un alto reconocimiento de calidad y sabor a estas.

4.Siachoque

Es un municipio ubicado igualmente en la Provincia del Centro del departamento de Boyacá y ubicado a unos 21 km al oriente de la ciudad de Tunja. Antes de la conquista española en 1537 por Gonzalo Jiménez de Quesada, la región era habitada por tribus gobernadas por el cacique muisca Sumindoco (Alcaldía Municipal de Siachoque, 2018).

La gastronomía de Siachoque es destacable y merece ser resaltada en la organización de la marca colectiva gracias a que cuenta con su versión del cuchuco de espinazo, los envueltos de mazorca, el sancocho de gallina criolla, la papa chorreada, la cuajada con melado y especialmente los cotudos con chicha propios de este municipio.

5. Toca

Municipio del departamento de Boyacá con grandes atractivos ecológicos, ubicado en la base de varias colinas; es conocido por haber sido un gran pueblo indígena antes de la conquista española, inclusive su nombre de Toca proviene de Tocavita, que era el cacique de la tribu que habitaba en el lugar antes de la llegada de los españoles (Colombia Extraordinaria , 2020).

Además de sus atractivos naturales como la Laguna de la Copa y el Chorro La Vieja en Toca podemos encontrar espectaculares trabajos en lana virgen, tales como cobijas, ruanas, bufandas entre muchas otras prendas bellamente confeccionadas y de una excelente calidad, que le aportan un gran valor a la oferta de la marca colectiva. Adicionalmente Toca ofrece una excepcional gastronomía con platos como el ya conocido cuchuco de trigo con espinazo sazonado con ingredientes típicos de la región, la trucha a la Tocana, las costillas de cordero, la carne a la llanera, la sopa mute y los tamales (Viaja Por Colombia, s.f.).

6. Tuta

Es un municipio boyacense ubicado a unos 26 km de la ciudad de Tunja, este cuenta con una gran riqueza histórica de la cultura indígena con sus tradiciones y costumbres que hoy son un legado histórico y cultural para sus habitantes y el resto del mundo. Este pueblo es anterior a la conquista y era gobernado por el Cacique Tuta, tributario del Zaque de Hunza, de ahí se hereda el nombre del Municipio, un patrón que se puede ver como se repite en la mayoría de municipios del departamento (Alcaldía Municipal de Tuta, 2019).

En lo que respecta al potencial de Tuta dentro de la Ruta de las Hinojosa, destaca un plato, único en los municipios de Tuta y Sotaquirá, es una receta muy antigua que fue pasando de generación en generación y aún se mantiene vigente y la hace una opción obligada al visitar estos

lugares. Este emblemático plato es conocido como “indio” es un plato que se prepara con una masa de maíz previamente aderezada con un guiso que lleva bastante cebolla, ajo, sal, mantequilla, leche y perejil. La masa se introduce en una hoja de tallo doblada a la mitad, luego se presiona para eliminar el exceso de masa, estos van acompañados de gallina de campo, costilla de res, mazorca, yuca, papa pelada, habas, mote, arveja con vaina y rubas. Todos los ingredientes incluidos en los indios van cocinados en la misma olla. Para darle más sabor es preferible cocinarlos en estufa de carbón, fogón de leña y en lo posible en olla de barro.

Es tanta la importancia de los indios que fueron declarados patrimonio cultural y plato típico del municipio de Sotaquirá por el Concejo Municipal de Sotaquirá, con Acuerdo número 002 del 25 de febrero del 2014 (Vargas, 2016).

7. Oicatá

Oicatá es un municipio considerado monumento nacional por su arquitectura colonial apreciable en el Templo Doctrinero del siglo XVI, La Casa Municipal, la Casa de la Cultura y la reconocida Casa de Las Hinojosa (Colombia Turismo Web, s.f.). Este es un municipio bastante pequeño que no cuenta con fuertes atractivos turísticos salvo su arquitectura y puede ser considerado dentro de la construcción de la marca colectiva como un pequeño lugar de paso cercano a la capital del departamento.

8. Cómbita

Cómbita es uno de los municipios que conforma el departamento de Boyacá, se encuentra situado sobre el troncal central del norte, aproximadamente a unos 9 kilómetros de Tunja, también tiene orígenes precolombinos y esto se puede identificar en su cultura, especialmente la gastronómica con platos tradicionales y ancestrales tales como el sancocho de gallina criolla o la

mazamorra dulce boyacense; una receta hecha a partir de panela, harina, alguna fruta cítrica y chicha de maíz, esta receta originaria del departamento de Boyacá es muy particular y única, que la hace una opción de merienda atractiva para los visitantes de la ruta (Alcaldía de Cóbbita, 2019).

Protecciones para la ruta turística y cultural de las Hinojosas.

Teniendo todos los elementos establecidos es posible avanzar en la propuesta de una marca colectiva, donde se buscarían inicialmente a las alcaldías de los municipios y a la cámara de comercio de Tunja como principales aliados para consolidar el proyecto y que estos sean el puente para llegar a los artesanos y pequeños empresarios interesados en hacer parte de la iniciativa, explicándoseles a ellos las ventajas productivas y económicas que traerían a ellos al generar una distribución de los costos de producción, venta y transporte entre todos los miembros de la agrupación y así mismo, el aumento de la oferta que puedan presentar al mercado una vez se pongan en marcha las estrategias de promoción y publicidad de la marca que llamen a los turistas.

Inicialmente se debe hacer un registro de la marca a nivel nacional ante la entidad competente en este caso la Superintendencia de Industria y Comercio. Según esta entidad el registro de la marca colectiva podrá ser solicitado por asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos, para distinguir en el mercado los bienes de los sujetos que las integren. Para ello deberán presentar, junto con la solicitud, la copia de los estatutos, la lista de integrantes y la indicación de las condiciones y forma en que el signo será utilizado en los productos o servicios (Superintendencia de Industria y Comercio, 2020). Este registro protege la marca a nivel nacional por un periodo prorrogable de 10 años.

A su vez sería apropiado, debido a que el registro ante la Superintendencia es de carácter nacional, hacer un registro de la marca a nivel internacional, ya que esta va a ser una marca turística que espera llamar a personas de todo el mundo, recibir una protección de propiedad intelectual de carácter internacional sería una estrategia de suma importancia, el organismo ideal para proporcionar esta protección sería la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual a través del denominado protocolo de Madrid.

El Protocolo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas es uno de los dos tratados que comprende el Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas. Este protocolo ofrece a los propietarios de una marca la posibilidad de protegerla en varios países (Miembros de la Unión de Madrid) mediante la presentación de una solicitud única directamente en la oficina de marcas nacional; en el caso de Colombia la Superintendencia de Industria y Comercio, en un solo idioma, con una serie de tasas previamente establecidas en una única moneda y no se requiere de un agente local en los países designados para la solicitud (Superintendencia de Industria y Comercio, s.f.). Esto le otorgaría a la marca una protección por 10 años.

Otra protección para desarrollar a la par en el proyecto es la marca de certificación, aplicables en este caso a los diversos productos elaborados a partir de lana virgen en el municipio de Toca, las cuales debido a sus tradicionales características y específico proceso de producción es aplicable a esta garantía. En Colombia la superintendencia indica que la solicitud debe acompañarse del reglamento de uso de la marca en el que se indiquen los productos o servicios a certificar por el titular, las características garantizadas por la marca y la manera en que se ejerce el control de estas antes y después de autorizarse el uso del signo (Superintendencia de Industria y Comercio, 2020). Al igual que la marca colectiva, es necesario buscar una protección de

carácter internacional y en lo que corresponde a las marcas de certificación estas también son amparadas bajo el protocolo de Madrid otorgando resguardo a la marca y su proceso de elaboración durante 10 años con probabilidad de extensión.

Por último, otra de las características que más sobresalió dentro de los municipios parte de la ruta fue la gastronomía, recetas centenarias que datan en varias ocasiones de tiempos precolombinos cuando Boyacá era un territorio indígena Muisca, toda la cultura gastronómica del departamento es muy importante y sin duda merece ser distinguida y protegida. Sin embargo, es un asunto de alta complejidad, pues bien, la experta Lyna Mordecay de la Superintendencia de Industria y Comercio afirma que:

Es difícil demostrar la autoría de un plato, receta, técnica o *mise en place*, ya que este arte es tan milenario y extenso que a alguien en la historia ya se le habría ocurrido en los 5000 años de cultura humana gastronómica. En estos días con la globalización todavía más, porque con un solo clic es posible adueñarse de la creación gastronómica de alguien. Además, la innovación gastronómica se basa en la fusión, una técnica de aquí, con un ingrediente de allá, un plato de más acá y la inspiración de alguien (2016).

Y si bien en Colombia la ley no excluye las recetas para ser objeto de una patente estas deben de cumplir con determinados requisitos tales como: no haberse divulgado antes por ningún medio, no ser obvia y ser aplicable industrialmente. En virtud de esto la gastronomía boyacense en especial platos como los indios no podrían ser patentados, no obstante, aún queda una opción para darle una distinción. Ante una solicitud ante el Ministerio de Cultura de Colombia, la cultura y tradición gastronómica del departamento podría optar a ser catalogada como patrimonio cultural inmaterial del país, si bien esta es una medida nacional puede agregar un valor e interés

adicional turístico y permite abrir un camino para más adelante en el futuro poder aplicar a una distinción de carácter internacional, ya que Colombia dentro de su política para la gestión, protección y salvaguardia del patrimonio cultural en el año 2006 expidió la Ley 1037 por medio de la cual Colombia se adhiere a la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Inmaterial de la Unesco dejando así la puerta abierta a futuras garantías internacionales (Ministerio de Cultura, 2010)

Finalmente, en parte de mi experiencia como pasante en la Misión Permanente de Colombia ante las Naciones Unidas y otras Organizaciones Internacionales en Ginebra, Suiza, pude observar la acogida que tiene Colombia a nivel internacional y su activa participación en las Organizaciones Internacionales. Esto me sirvió de inspiración para pensar en el potencial del Boyacá y cómo un proyecto de este tipo realmente es posible y viable, además dándome cuenta que Colombia no es un país que pase desapercibido dentro de esta organización, siendo inclusive el colombiano, Sr. Marco Matías Alemán, un candidato fuerte al cargo de Director General de la OMPI durante mi tiempo como pasante.

A lo largo de esos meses estuve adquiriendo conocimiento de las protecciones que otorga esta institución y como es su funcionamiento interno para entregarlas. A través de la participación de diferentes reuniones y comités de trabajo en diversos temas, destacando la protección realizada en los últimos años por Colombia al denominado “sombbrero vueltaio” cuando hubo un sonado caso de la entrada al país de estos tradicionales sombreros, pero siendo fabricados en China. De igual manera, hubo diferentes comités como el Comité de las Américas para la elección del nuevo Director General; el cual me permitió construir una mejor idea del panorama actual de la región, los intereses y planes a futuro, también fue importante el Comité de Dialogo de la OMPI sobre Propiedad Intelectual e Inteligencia Artificial (IA) y por último y

mayor inspiración para este trabajo, el Comité sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore. Este comité creado en el año 2000 actualmente examina las cuestiones de propiedad intelectual que se plantean en el ámbito de la protección de los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales, llevándose a cabo negociaciones oficiales con objeto de llegar a un acuerdo sobre uno o varios instrumentos jurídicos internacionales que aseguren la protección de estos conocimientos y expresiones culturales tradicionales (OMPI, 2015).

Finalmente, teniendo en cuenta que Boyacá es un departamento con una cultura única y distintas tradiciones que se han transmitido por generaciones continuando aun intactas, en la ruta de las Hinojosas hay una oportunidad de desarrollar una idea que articule estas tradiciones e historia del departamento con el trabajo de Colombia en materia de propiedad intelectual llevado a cabo en el exterior.

Conclusiones:

Una vez terminado el proceso de investigación y análisis realizado en este trabajo es posible concluir diferentes asuntos tales como: el tomar un caso de éxito como el de Perú de guía es una excelente manera de desarrollar un proyecto de este tipo en Boyacá, pues si bien el departamento cuenta con las características necesarias para desarrollar y poseer múltiples marcas colectivas hasta el momento no hay antecedentes que sirvan para orientarse.

Adicional a esto, hay que considerar que el departamento de Boyacá puede ser considerado como un diamante en bruto en materia de turismo, con un futuro prometedor, si este se trabaja de la manera apropiada, con la inversión de recursos ideal y con una articulación entre el gobierno, los productores, artesanos y sus mismos ciudadanos. De igual forma, este futuro optimista se dará si

el trabajo se da través de la construcción de una marca colectiva, siendo una excelente manera para que pequeños y medianos empresarios boyacenses se asocien y juntos incursionen más firmemente como una sola gran marca en un sector tan competitivo como el turístico.

Por otra parte, en mi trabajo como pasante pude conocer un poco más de la propiedad intelectual a nivel internacional visitando a la Organización Mundial para la Propiedad Intelectual, conociendo su funcionamiento y viendo los beneficios que puede recibir Colombia por ser un miembro de esta y es que la OMPI efectivamente puede proveer a la ruta turística de las protecciones ideales para incursionar fuertemente en el sector turístico debido a que cuenta con los elementos y características necesarias para ello. Adicionalmente, el recibir protecciones y reconocimiento por parte de una organización de renombre internacional como la OMPI, junto con una de gran importancia a nivel nacional como al SIC es un valor agregado y de gran atractivo para el mercado turístico actual y podrá ayudar a que un proyecto como el de la ruta turística de las Hinojosas tenga una cálida acogida y un sólido ingreso al mercado turístico el departamento de Boyacá y del país.

Referencias:

- Alcaldía de Cóbbita. (2019). *Turismo Cóbbita*. Obtenido de <http://www.combita-boyaca.gov.co/tema/turismo>
- Alcaldía de Soracá. (2018). *Página oficial de la Alcaldía Municipal de Soracá* . Obtenido de <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/BOYACA/MUNICIPIOS/SORACA/SORACA.htm>
- Alcaldía del municipio de Chivatá. (Mayo de 2015). *Información general de Chivatá*. Obtenido de http://www.chivata-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml
- Alcaldía Municipal de Siachoque. (Febrero de 2018). *Página oficial de la Alcaldía Municipal de Siachoque*. Obtenido de http://www.siachoque-boyaca.gov.co/informacion_general.shtml#historia
- Alcaldía Municipal de Tuta. (19 de Marzo de 2019). *Tuta Turística*. Obtenido de <http://www.tuta-boyaca.gov.co/noticias/tuta-turistica>
- Artesanías de Colombia. (Marzo de 2019). *¡Así es la artesanía de Boyacá!* Obtenido de Sistema de Información para la Artesanía - Siart: https://artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/C_sector/artesaniasdecolombia.com.co/PortalAC/Publicacion/asi-es-la-artesania-de-boyaca_12945#:~:text=Entre%20los%20oficios%20que%20ha,piedra%2C%20carbón%20y%20tagua%3B%20el
- Biblioteca Nacional de Colombia. (7 de Septiembre de 2017). *recursos.bibliotecanacional.gov.co*. Obtenido de <https://web.archive.org/web/20170907081353/http://recursos.bibliotecanacional.gov.co/content/el-carnero>
- Boyacá Cultural. (Junio de 2010). *Gastronomía y Arte culinario* . Obtenido de http://www.boyacacultural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=45
- Colombia Extraordinaria . (2020). *Municipio de Toca*. Obtenido de https://colombiaextraordinaria.com/somos_colombia/turismo/municipios/Toca
- Colombia Turismo Web. (s.f.). *Turismo por Oicatá*. Obtenido de <http://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/BOYACA/MUNICIPIOS/OICATA/OICATA.htm>
- elcampesino.co. (8 de Marzo de 2019). *Artesanía campesina con mimbre*. Obtenido de <https://www.elcampesino.co/artesania-campesina-con-mimbres-manifestacion-de-saberes-ancestrales/>
- F-ODS Naciones Unidas. (2013). *Herramientas de protección de la Propiedad Intelectual para las Industrias Creativas en el Perú*.

- Gastronomía Colombia. (8 de Septiembre de 2016). *La cocina típica de Boyacá*. Obtenido de <https://colombia.gastronomia.com/noticia/6094/la-cocina-tipica-de-boyaca>
- Gastronomía Colombia. (8 de Septiembre de 2016). *La cocina típica de Boyacá*. Obtenido de <https://colombia.gastronomia.com/noticia/6094/la-cocina-tipica-de-boyaca>
- Medina, J. (Septiembre de 2009). *Credencial Historia No. 237 Banco de la Republica* . Obtenido de Tunja, Ciudad que emerge: <https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-237/tunja-ciudad-que-emerge>
- Ministerio de Cultura. (16 de Febrero de 2010). *Compendio de Políticas Culturales*. Obtenido de https://www.mincultura.gov.co/ministerio/politicas-culturales/gestion-proteccion-salvaguardia/Documents/02_politica_gestion_proteccion_salvaguardia_patrimonio_cultural.pdf
- Molycata. (23 de Diciembre de 2018). *Historia del Tejido y el Telar de Cintura*. Obtenido de <https://molycata.com/historia-tejido-y-telar-de-cintura/>
- Mordecay, L. d. (Mayo de 2016). *¿Son patentables los productos de la industria gastronómica?* Obtenido de <https://www.sic.gov.co/ruta-pi/mayo16/son-patentables-los-productos-de-la-industria-gastronomica>
- Municipio de Huatajata. (s.f.). *La Feria del Pescado en Huatajata*. Obtenido de <http://huatajata.blogspot.com/2014/09/la-feria-del-pescado-en-huatajata.html>
- Murcia Today. (2019). *Museo del Esparto*. Obtenido de https://murciatoday.com/museo-del-esparto-the-esparto-grass-weaving-museum-in-archena_124824-a.html
- OMPI. (2000). *Régimen Común sobre Propiedad Industrial*. Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/can/can012es.pdf>
- OMPI. (2004). *¿Qué es la Propiedad Intelectual?* . Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf
- OMPI. (2015). *CIG PI Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore*. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_2.pdf
- OMPI. (2020). *What is intellectual property? - Publication No. 450E/20*. Ginebra. Obtenido de https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_450_2020.pdf
- Otamendi, J. (1995). *Derecho de Marcas*. Buenos Aires: Abeledo-Perrot.
- PeruRail. (7 de Abril de 2020). *Conoce la simbología y arte del Torito de Pucar*. Obtenido de Peru Rail: <https://www.perurail.com/es/blog/enamorate-de-la-simbologia-y-el-arte-del-torito-de-pucara/>
- Robledo, Á. I. (1999). Inés de Hinojosa, doncella huérfana y pecadora. En I. R. Vergara, *Inés de Hinojosa Historia de una transgresora* (págs. 110-121). Medellín.

- Salamanca, J. (Julio de 2012). *Inés de Hinojosa: el primer escándalo de Tunja*. Obtenido de Banco de la Republica: <https://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/credencial-historia/numero-271/ines-de-hinojosa-el-primer-escandalo-de-tunja>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2020). *Los signos distintivos y el interés colectivo*. Obtenido de <https://www.sic.gov.co/ruta-pi/septiembre5/los-signos-distintivos-y-el-interes-colectivo-marcas-colectivas-de-certificacion-y-denominaciones-de-origen>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (s.f.). *Marcas y otros signos distintivos*. Obtenido de Protocolo de Madrid: <https://www.sic.gov.co/protocolo-de-madrid>
- Trillo, A. V. (s.f). Las Pymes y su aporte a la economía peruana. *Perfil de Negocios*.
- Una Comida Peruana. (2020). *Una Comida Peruana*. Obtenido de Cuy Frito: <https://unacomidaperuana.com/platos-tipicos/cuy-frito/>
- Vargas, K. (8 de Mayo de 2016). Los indios, un plato típico muy boyacense. *elcampesino.co*. Obtenido de <http://tutaturismo.blogspot.com>
- Viaja Por Colombia. (24 de Marzo de 2006). *Viaja Por Colombia*. Obtenido de https://www.viajaporcolombia.com/noticias/nace-la-cooperativa-turistica-del-anillo-de-las-hinojosa-coophinojosa-en-boyaca_1385/
- Viaja Por Colombia. (2015). *Viaja Por Colombia*. Obtenido de https://www.viajaporcolombia.com/sitios-turisticos/boyaca/tunja_215/
- Viaja Por Colombia. (s.f.). *Toca*. Obtenido de https://www.viajaporcolombia.com/sitios-turisticos/boyaca/toca_13/
- Visita Boyacá. (s.f.). *Ruta Turística de Las Hinojosa*. Obtenido de <https://visitaboyaca.com/Hinojosa.html>