



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

ACTA NRO. 016-CPI-2017

ACTA DE SESION EXTRAORDINARIA DEL CONSEJO PROVINCIAL DE IMBABURA, REALIZADA EL DIA MARTES CATORCE DE NOVIEMBRE DEL AÑO DOS MIL DIECISIETE, A LAS NUEVE HORAS CON VEINTE MINUTOS:

En la ciudad de Ibarra, en la sala de sesiones del Consejo Provincial de Imbabura, hoy día martes 14 de noviembre de 2017, a las 09h20, se instala la sesión extraordinaria del Consejo Provincial de Imbabura, presidida por el señor Abg. Pablo Jurado Moreno, Prefecto de Imbabura; contando con la convocatoria a los/as siguientes señores/as Consejeros y Consejeras: Ing. María Gabriela Jaramillo Puente, Viceprefecta; Ing. Álvaro Castillo Aguirre, Alcalde de Ibarra; Mg. Fabián Posso Padilla, Alcalde de Antonio Ante; Abg. Gustavo Pareja Cisneros, Alcalde de Otavalo; Mg. Jomar Cevallos Moreno, Alcalde de Cotacachi; Econ. Oscar Narváez Rosales, Alcalde de Pimampiro; Dr. Julio Cruz Ponce, Alcalde de Urcuquí; Manuel Catucuago Méndez, Presidente del GAD Parroquial de González Suárez; Mg. Oscar René Lomas Reyes, Presidente del GAD Parroquial de San Antonio; Segundo Maldonado Santillán, Presidente del GAD Parroquial de Eugenio Espejo; Galo Pupiales Guatemal, Presidente del GAD Parroquial de La Esperanza; Bladimiro Santander Santander, Presidente del GAD Parroquial de Selva Alegre; Miguel Tirira Lomas, Presidente del GAD Parroquial de Buenos Aires; Nelson Vetancourt Castro, Presidente del GAD Parroquial de Apuela; también existe la presencia de las y los señores/as; Dr. Hugo Mier Urbina, Asesor de Prefectura; Dr. Fausto Lima Soto, Director General Financiero; Ing. Wilson Terán Yépez, Director General de Infraestructura y Vialidad; Econ. Sherman Ortega C., Director de Desarrollo Económico; Lcdo. Camilo Ponce Torres, Director General de Comunicación; Dr. Roberto Bravo, Procurador Síndico Subrogante; Ing. Jaime Arteaga Arteaga, Director de Tecnologías de la Información; Ing. Carlos Merizalde Leitón Director de Cooperación Internacional; Lcda. Ana Lucía Yacelga M., Administradora General del Patronato de Acción Social; Sr. Marcelo Di Pietro representante de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual - OMPI y, Dr. Fernando Naranjo Factos, Secretario General que certifica:

Abg. Pablo Jurado Moreno, Prefecto de Imbabura:

Señoras consejeras, señores consejeros, damos inicio a la presente sesión, señor Secretario por favor constate el quórum.

Dr. Fernando Naranjo Factos, Secretario General:

Gracias, señor Prefecto, señores Consejeros, señor representante de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, así como la Delegación del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual compañeros directores buenos días; procedo a constatar el quórum que exige la ley a fin de instalar la sesión extraordinaria convocada para el día de hoy martes 14 de noviembre de 2017.

Ing. Gabriela Jaramillo, Viceprefecta.

Ing. Álvaro Castillo, Consejero Presente (Arq. Ramiro Páez, Delegado Alcalde de Ibarra)

Mg. Fabián Posso, Consejero

Abg. Gustavo Pareja, Consejero

Mg. Jomar Cevallos, Consejero

Econ. Oscar Narváez, Consejero Presente (Sr. Juan Revelo, Delegado Alcalde de Pimampiro)

Dr. Víctor Julio Cruz, Consejero Presente (Sr. Byron Armas, Delegado Alcalde de Urcuquí)

Sr. Manuel Catucuago, Consejero Presente

Mg. Oscar Lomas, Consejero Presente

Sr. Segundo Maldonado, Consejero Presente



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Lcdo. Gafo Pupiales, Consejero Presente
Sr. Bladimiro Santander, Consejero Presente
Sr. Miguel Tirira, Consejero Presente
Sr. Nelson Vetancourt, Consejero Presente
Existe el quórum reglamentario señor Prefecto.

Abg. Pablo Jurado Moreno, Prefecto de Imbabura:
Muchas gracias, continúe señor Secretario

Dr. Fernando Naranjo Factos., Secretario General:
El Orden Día es el siguiente:

- 1). Lectura y aprobación del Orden del Día
- 2). Recibir en Comisión General al señor Marcelo Di Pietro representante de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual – OMPI y delegación del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual para fortalecer el Turismo y la Cultura, con la finalidad de potenciar la internacionalización de Imbabura en el marco del proyecto Geoparque Imbabura, como destino Geoturístico.

Hasta aquí el orden del día señor Prefecto

Abg. Pablo Jurado Moreno, Prefecto de Imbabura:

Muchas gracias señor secretario, está en consideración el orden del día señores consejeros.

Damos la bienvenida a Marcelo Di Pietro, está también con nosotros la delegación del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, está Sebastián Barrera que es el consultor, así rápidamente quiero expresar una introducción al tiempo de dar la bienvenida a Marcelo, siéntase como en su casa, Sebastián igualmente y a nuestra representante del IEPI también, señores consejeros, a través de Cooperación Internacional, a través de Turismo, se viene trabajando en éste proceso de ir buscando el reconocimiento de la Unesco a la Provincia de Imbabura como un Geoparque, no es un tema de la noche a la mañana que lo vamos a conseguir, hay que cumplir con una serie de requisitos pero la provincia se siente complacida porque en el camino vamos encontrando nuevos amigos, en el camino vamos encontrando nuevos intereses de ser parte de éste proceso, orgullosamente los imbabureños somos dueños de un paraíso no fiscal pero si un paraíso natural y creo que es aquí en éste paraíso donde si se debe invertir sin ningún riesgo, sin ningún problema, tenemos de todo, son 6 cantones que reúnen una serie de atractivos, desde ríos, lagos, lagunas, montañas, biodiversidad, somos pluriculturales, somos multiétnicos, tenemos una diversidad de microclimas a tan poca distancia, en pocos minutos estamos ya en otro baile como diríamos comúnmente y Marcelo quien está a mi derecha no viene por primera vez a la provincia el ya hizo un recorrido preliminar y se llevó una buena impresión de la provincia de Imbabura y del país en general, desde la organización mundial, patrimonio intelectual, se emprende una tarea de seleccionar 4 países en el mundo y entre los países únicos o el único país de Sudamérica es el Ecuador y dentro del Ecuador igualmente se identifica a la provincia de Imbabura para trabajar en un proyecto que lo que busca es ir fortaleciendo la identidad turística, la identidad cultural, nosotros todavía acá querido Marcelo todavía en el Ecuador no entendemos el verdadero valor que tiene la propiedad intelectual, el Ecuador está dentro de ese grupo de países que todavía le toma al tema de propiedad intelectual como un tema de manera deportiva, todavía aquí nos damos el lujo de confeccionar camisetas y después ponemos Nike, como que fuésemos nosotros los dueños de la marca, confeccionamos cualquier prenda y le ponemos Adidas, todavía acá copiamos sin ningún problema, lo que no sucede ya en otros países y particularmente en la Unión Europea donde las sanciones han sido bien fuertes, donde copiar o vulnerar o violentar la Ley de Propiedad Intelectual es casi como el Código Penal acá tan fuerte, pero en ese camino nosotros estamos y hemos creído



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

conveniente una reunión exclusiva con los señores consejeros para que entendamos todos en que estamos involucrados porque si las autoridades provinciales no entendemos en que andamos, entonces el resto no nos va a entender por eso hemos invitado exclusivamente a los señores consejeros para un poco explicar Marcelo, dentro de nuestra legislación el Consejo que es éste órgano Legislativo de acuerdo a la Ley está integrado por los seis Alcaldes de la provincia de Imbabura y está integrado por representantes de las Juntas Parroquiales, antes todos los consejeros eran elegidos a través de elecciones universales, hoy no, hoy la ley dice que cada uno de los Alcaldes automáticamente es consejero y dentro de un colegio electoral las 36 juntas parroquiales en nuestro caso en la provincia de Imbabura designan al grupo de consejeros que está acá que son un total de siete, vienen a integrar en representación de las Juntas Parroquiales a integrar el Consejo Provincial, así es que nuevamente muchas gracias y estamos listos para escuchar la exposición, la organización mundial de propiedad intelectual, la provincia ni siquiera sabía, con mucha congratulación sabemos que desde la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) igualmente egresaron recursos económicos para hacer una consultoría, el consultor está obviamente acá y nos van a explicar en el callejón que estamos nosotros hoy caminando, pero éste no es un callejón sin salida, éste es un callejón que tiene la luz muy próxima y creo que es así como debemos pensar los imbabureños, estamos en un sendero donde la luz está muy cerca y sabemos que el apoyo que ustedes nos están dando es un empujón muy grande, porque también a través de instancias como la Cancillería, otras instituciones públicas, en poco tiempo más volveremos nosotros a postular para buscar el reconocimiento como Geoparque y nuestro consultor es el que ha descubierto todo lo que a veces nosotros ya rutinariamente no nos damos cuenta de lo que tenemos y no valoramos lo que tenemos, muchas gracias.

Sr. Marcelo Di Pietro

Señor Prefecto muchas gracias, buenos días, antes que nada quiero decir que me siento muy orgulloso de estar aquí, creo que tenemos delante de nosotros un proyecto muy interesante y me alegro especialmente que se ha revisado a través de la Prefectura y la participación de todos los consejeros provinciales, el día de hoy lo vamos a dividir en 2 presentaciones o casi 3, quería esencialmente enmarcar cual es la razón y objetivo de mi presencia aquí, la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) es la agencia de la Naciones Unidas que tiene el mandato de promover la innovación y la creatividad a través del uso del sistema, es una agencia especializada de las Naciones Unidas, como puede ser la UNESCO por ejemplo, la Organización Internacional de Trabajo etcétera, ese es el marco de ese mandato que tenemos como objetivo promover el uso del Sistema de Propiedad Intelectual en los países en desarrollo y aprender el uso del sistema de marcas, de patentes de diseños de variedades digitales en beneficio del crecimiento y el desarrollo de cada una.

En el marco de éstas actividades y especialmente lo que es el área de propiedad intelectual y desarrollo sostenible, hace 3 años se aprobó un proyecto en materia de proyecto piloto de indagar y promover el uso de la propiedad intelectual en un sector que se considera que es clave para los países en desarrollo, un sector en el cuál no habíamos explorado en detalle cual era el uso potencial del sistema de propiedad intelectual, ya tenemos conocimiento del uso en determinados países desarrollados donde usan sobre todo el sistema de marcas, para promover sus servicios turísticos, pero la intención fue a través de cuatro países pilotos, los cuales, uno, en la región de toda américa latina, no solamente Sudamérica sino en toda américa latina, el caribe, se eligió a Ecuador, es un proyecto piloto de 3 años, al mismo tiempo se eligieron a otros 3 países como Egipto, otro en África y en Asia, en el marco de ese proyecto contactamos a las autoridades del Ministerio de Relaciones Exteriores, a las autoridades del Instituto ecuatoriano de propiedad intelectual y al Ministerio de Turismo, son los que nos acompañan ahora en desarrollar este proyecto en el Ecuador.



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Después de una primera visita al país, no es naturalmente la primera vez que venimos al Ecuador sino que hemos venido muchas veces, pero en el marco de este proyecto se identificaron 2 proyectos en el Ecuador tienen muchas áreas que son turísticas, incluso dentro del Ministerio de Turismo entiendo que hay 10 destinos turísticos que se descubrieron como parte del programa estratégico por los últimos 10 años, pero se escogieron por una cuestión de priorizar recursos, una cuestión también de no utilizar áreas que a lo mejor turísticamente ya son más conocidas como por ejemplo Galápagos, que necesitan menos promoción pero ya es mundialmente conocida, se escogieron 2 lugares y uno de ellos fue Imbabura, entonces en el marco de la decisión de Imbabura se inició este proyecto conjuntamente con Turismo con el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) y se contactó a las autoridades locales que nos lleva a ésta reunión de hoy, antes de iniciar ésta reunión una vez que se hizo esa primera visita de campo, se contactó con la gente, se puso en contacto con un consultor, un especialista local Sebastián Barrera que está aquí, también el Prefecto quién se acercó hace dos meses, se acercó a los efectos a la región, a los efectos de hacer un relevamiento de cuáles son los principales productos o servicios que están vinculados al turismo en la región que sean competitivos y cuál es el uso que actualmente se hace en el sistema de propiedad intelectual digamos de marcas por ejemplo es lo más conocido o que potencialmente se podría hacer, entonces eso es un diagnóstico, es decir como una fotografía, que existe tal servicio digamos de gastronomía que está vinculada al turismo, turismo local o extranjero y observamos a través de que manera se promocionan esos lugares o esos productos o servicios gastronómicos y a través de esa promoción, cual es el rol del sistema de la propiedad intelectual, tienen una marca, la tienen registrada, esa marca tiene que ver con algún criterio, algún estándar de calidad etcétera, en esa cadena de valor agregado, vemos cuales son todas las contribuciones para prestar ese servicio o consumir un producto, ver cuáles son si es que hay una utilización de un sistema de propiedad intelectual, ése es el primer paso, el segundo paso sería, un poco más adelante una vez que hagamos este es un proyecto piloto identificar y darnos cuenta que si se está usando o no se está usando en absoluto y se podría establecer elementos hacer un asesoramiento conjuntamente con ustedes o nos reunimos con ustedes, porque nosotros llevamos formuladores de políticas, administradores, autoridades que son los que van a tener que apoyar a este proceso si ustedes no están convencidos de las políticas públicas no van a apoyar el proceso vinculado al desarrollo de Imbabura como Geoparque y mañana nos reunimos con lo que nosotros llamamos las fuerzas vivas, las pymes, los empresarios, los artesanos, los artistas, los hoteleros, los restauradores, los prestadores de servicios en materia de turista, los que están prestando los servicios desde el sector privado, conjuntamente pensamos que si ustedes entienden la importancia que puede tener la propiedad intelectual como decía el prefecto hay que aprender a usar la propiedad intelectual para promocionar los productos y servicios vinculados al turismo, estamos trabajando en un sector muy específico, un proyecto piloto, la idea del final del proyecto es que ustedes no que sean expertos en propiedad intelectual pero que entiendan cual es el rol y la función, la importancia que tiene el sistema y que los interesados del sector privado de alguna manera mayormente el sector privado vean de que manera pueden utilizarlo y de que manera voy a invertir más para desarrollar el turismo y proteger la inversión a través del sistema de propiedad intelectual, eso ya lo vamos a ver en la presentación y de ahí desarrollar al final del año próximo, algún tipo de proyecto ya más puntual, más focalizado más concreto de algún sector o de varios sectores en particular que tenga que ver no solamente con desarrollo de programas estratégicos sino con un efectivo plan de negocios en el cuál van a participar las autoridades locales, el Ministerio de Turismo, el IEPI, nuestro consultor y eventualmente nosotros vamos a apoyar a través de la OMPI en lo que se necesite de propiedad intelectual. Esa es la intención eso es lo que hoy nos trae aquí a Imbabura a Ibarra para presentar este proyecto que ya está avanzado y entonces bueno una vez dicho esto, para enmarcar en donde estamos, cual es el rol que es lo que esperamos de ustedes por qué están, aquí por qué tenemos esta reunión con ustedes, además a lo largo de mi presentación les voy a invitar



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

a que me interrumpan cada vez que no entiendan para mi hablar de la propiedad intelectual es natural para ustedes debe ser algo relativamente novedoso, entonces cada vez que no me entiendan o que tengan un comentario, una crítica o una duda me paran así esto se convierte en un intercambio un diálogo más bien informal pero para que sea interactivo y salgamos con el objetivo, el objetivo es que ustedes entiendan hoy que es lo que tenemos que hacer y cuál es el rol de ustedes en este proyecto.

Muchas gracias por recibirme, muchas gracias por la hospitalidad, muchas gracias por participar en el proyecto y espero que este sea un primer encuentro formal más adelante de éste proyecto piloto un ejemplo para el Ecuador y para la región.

Bueno ahora sí, estamos hablando de Turismo y de propiedad intelectual y el uso del sistema de propiedad intelectual vinculado al turismo, primero vamos a ver que es el turismo muy rápidamente algo demasiado conceptual, turismo es un fenómeno social y cultural que implica la movilización de personas hacia lugares nuevos y diferentes por razones personales o profesionales, ese es el concepto que tenemos de turismo, las personas que dejan su residencia habitual para ir a otro lugar por motivos personales, de distracción, de esparcimiento y por motivos también profesionales o motivos de trabajo, las vamos a llamar visitantes a estas personas, pueden ser turistas o excursionistas, pueden ser residentes o no residentes, pueden ser ecuatorianos o no ecuatorianos y las actividades que vayan relacionadas con el turismo se van a relacionar con este fenómeno en la medida que implican un gasto, un consumo en materia de los servicios turísticos, éste es un primer análisis que no pretende ser enunciativo pero por qué uno va, por qué uno es visitante, por qué uno va a otro lugar, puede haber otras razones pero piénselo para ustedes por qué uno se va de su provincia, el inicial yo creo que es el recreacional o de placer que cada uno sabrá por cual es, unos van por negocios, por trabajo esencialmente, puede ir por turismo aventura por ejemplo hay gente aquí que viene al parque o a subir la montaña para hacer actividades de aventura, puede ir por enseñanza, a estudiar a otros países, pueden estudiar a nivel de primaria, secundaria, universitaria, son visitantes también, pueden ir por convenciones, por ejemplo hay lugares que son famosos por convenciones como Cartagena de Indias en Colombia, es un lugar donde está lleno de hoteles y periódicamente se hacen congresos, conferencias, convenciones donde la gente va por 2 o 3 días y convirtió a Cartagena de Indias en un centro turístico, la gente va por razones médicas y turismo médico, turismo médico puede ser por servicios de odontología, dentista puede ser por servicio de cirugía estética, puede ser por servicios de spa, gente que va a determinados lugares que son centros termales o centros donde se van a buscar lugares de intervención médica, puede ser cultural, cultural significa ir a visitar lugares históricos, ir a visitar museos, puede ser de entretenimiento, uno puede ir a Buenos Aires para ir al teatro, va a Buenos Aires para ir a la ópera o para ir al teatro, como en Buenos Aires hay 120 teatros por cartelera cada día y a una persona que le guste el teatro en español, va simplemente porque le gusta el teatro, le gusta la ópera o puede ir a un lugar donde hay conciertos, folklor o conciertos de rock o alguna otra razón por la cuál va a ese lugar como turista, puede ir por consumo, en este momento hay un país en los Emiratos Árabes, Dubái que la gente solamente va por consumo porque es un desierto Dubái pero la gente va por consumo porque la gente sabe que lo que consume en ese caso son productos legítimos, de marca, entonces si compra un perfume, electrodomésticos, se compra ropa sabe que es legítimo, si dice Sony es Sony, pero puede ser exactamente lo contrario, hay turismo donde hay lugares que saben que lo que van a comprar es pirateado, no voy a decir ningún país pero en América Latina hay ciudades incluso que han gozado de turismo de gente que sabe y que va y que compra un producto de marca que es ilegítimo o ropa que no es legítima, también la gente va por consumo, hay turismo por consumo puro, hay turismo deportivo, deportivo no solamente en el sentido que uno hace el deporte o que uno va a ver expresiones deportivas, hay gente que va solamente a Barcelona o a Madrid para ver jugar al Barcelona o Real Madrid y toda una historia



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

montada y toda una historia turística en torno a ir, visitar la ciudad de Barcelona y tener acceso a ver el partido o el gastronómico, un caso local por ejemplo es México, hay una ruta del tequila, la ruta turística del tequila, la bebida el tequila que permite todo un circuito de visita donde se explota, se desarrolla diferente tipo de tequila, están vinculados no solamente a ver como se hace el tequila sino a probar el tequila, en otros lugares del mundo está más vinculado a determinadas especialidades gastronómicas, lo digo esto también porque entiendo que en Ecuador el Ministerio de Turismo ha desarrollado un mapa gastronómico con dos especialidades o platos por región, no sé cuáles sean los que le corresponden a Imbabura pero probablemente Imbabura tenga dos platos, dos recetas, pero bueno este es un poco el tipo de visitantes que podemos tener en materia de turismo, ésta descripción es exhaustiva simplemente es enunciativa a ustedes se les puede ocurrir algunos otros motivos.

Ahora nos metemos a un ámbito un poquito más denso que creo que vale la pena la intención de decir estamos hablando de turismo y estamos hablando de propiedad intelectual, estamos hablando de turismo para que el servicio de producto de turismo en el lugar cree trabajo, cree riqueza y cree desarrollo sustentable, esa es la intención, ese es el objetivo, el turismo en sí mismo, yo lo utilizaría como un medio y naturalmente la propiedad intelectual es un medio para promover algo, pero lo que nos interesa es esto, es crear trabajo de mayor calidad, servicios con mayor valor agregado, que esto provoque desarrollo económico, crecimiento y mejor nivel de vida, para que esto se consiga hay cuatro condiciones que han sido identificadas, que unas son las condiciones necesarias para que haya turismo, otras son las industrias directas, es decir las actividades económicas que están directamente relacionadas al turismo, otros son sectores económicos que se benefician del turismo pero son más secundarios y otras son las funciones de apoyo al turismo acá vamos a hablar de propiedad intelectual, pero primero arranquemos cuales son las condiciones necesarias para que haya turismo.

Uno no viene a Imbabura si no lo roban, si no lo matan, si no lo muerden los perros o lo que sea, necesita cierta seguridad y manejo del riesgo antes de que un turista vaya a algún lugar, antes que un visitante se arriesgue a un lugar, salvo que sea un conquistador de alguna época previa, en general, salvo que el incentivo sea mucho mayor, se requiere que haya un mínimo de seguridad en manejo del riesgo para que uno se acerque como visitante o turista a algún lugar, tiene que haber infraestructura adecuada para la movilización, eso significa si uno quiere venir a Imbabura tiene que haber, naturalmente, yo como extranjero, como no ecuatoriano tengo que haber llegado en avión o en barco esencialmente y después debo tener caminos, buses, trenes, taxis etcétera para poder acercarme al lugar, necesito carreteras, tiene que haber servicios de seguridad de salud y alimentaria básicos, lógicamente esto es un tema más de turismo no de propiedad intelectual, tiene que haber un tema de conectividad, necesitamos en este momento un mínimo básico de conectividad de teléfonos e internet, sino la gente raramente se desplaza, tiene que haber un cuidado del medio ambiente, aunque parezca mentira, la gente el turista, el extranjero mira cual es el cuidado del medio ambiente, el otro día me decía una persona, de hecho un doctor que se había ido a Mongolia a andar en bicicleta a la estepa de Mongolia, Mongolia es un país muy extenso, con una población de 2 millones y medio de habitantes que es conocido por sus enormes planicies y uno se imagina que si está en medio de una planicie no hay nada simplemente las hierbas y las montañas del Himalaya, me dijo que se encontró con una enorme cantidad de basura y que eso de alguna manera lo había desistido y este señor ha vuelto de su viaje a Mongolia y se pasa diciendo que Mongolia es un gran basurero, uno no tiene ganas de subir a una montaña y llegar arriba y encontrarse con un basural, hablo de los turistas, entonces el cuidar el medio ambiente para los turistas, hoy en día es importante. Cuáles son las actividades que están directamente relacionadas con el turismo, transporte, alojamiento, todo tipo de hoteles, todo tipo de alojamiento desde el más sofisticado hasta el menos sofisticado, pasando por campings, los servicios de gastronomía, ya



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

sean bebidas o comidas están todas vinculadas al turismo con mayor o menor grado de sofisticación, con mayor o menor grado de muestra de los productos locales, servicios de reserva, servicios turísticos, no solamente servicios turísticos, sino los servicios de reserva por reservar un hotel por reservar una guía de excursión, reservar un taxi poder reservar un avión, poder reservar un tren etcétera, contar con servicios que a uno le permita organizar y planificar los distintos servicios que quiera usar turísticamente, actividades culturales y deportivas, en actividades culturales, pueden ser pasivas o activas, cuando me refiero a actividades culturales pueden ser un museo o puede ser un festival, puede ser un festival de música local, la otra área que se decidió como estudio de caso es en Ambato las fiestas de las frutas y las flores que es puramente una actividad cultural, entonces la gente va a Ambato para que a las fiestas de las flores y las frutas que es una fiesta cultural, o actividades deportivas ya sea que uno sea pasivo que vaya a ver un partido de fútbol, un partido de béisbol o lo que fuera o puede uno ir a hacer la actividad deportiva, subir una montaña que lo tenemos como una actividad deportiva y la venta al detalle, la venta de cosas, lo que primero nos viene a la cabeza son las artesanías o los productos típicos esto es algo clave del turismo, en lo cual naturalmente intervienen todas las industrias locales de sus regiones, entonces todos estos sectores de sus regiones están afectados directamente por el turismo, todos son, mayormente pueden ser servicios en los cuales, tras de los servicios hay productos, pero eventualmente se trata de servicios, la industria turística mayormente es de servicios.

Vamos a ver cómo afecta de alguna manera o como puede servir LA Propiedad Intelectual en cada uno de estos servicios, como afecta a otras áreas económicas de manera secundaria que también van a afectar a sus regiones, como impacta el turismo de una manera secundaria, impacta en el sector agrícola, por la comida, toda la producción de comida, todos los productores de pollo, el productor de maíz o comida en el hotel, que había más, sandía no recuerdo que más que había pero bueno, toda la industria gastronómica y la producción de alimentos va a estar afectada por la llegada de turistas, el sector de la construcción, para la construcción de infraestructura de restaurantes, autopistas, hoteles, caminos en la montaña para hacer senderismo etcétera, servicios financieros, la gente necesita sacar, pagar, cuando yo viajaba por los años ochenta por América latina en medio de mochilero y tal no había ni servicios financieros, ni internet, ni teléfono, no había absolutamente nada era una travesía viajar, hoy en día la gente necesita poder hacer operaciones incluso financieras para poder viajar, para poder visitar un lugar y estas son las funciones de apoyo, esto es lo último aquí termino con la parte sustantiva que es lo que nos interesa, todo lo que vimos antes está sujeto a estas actividades que van a servir a prestar mejor servicios, para poder yo vender Geoparque fuera de Ecuador, tengo que poder tener una política de promoción y de marketing, si no tengo una estrategia de promoción y de marketing de cuáles son los servicios o que es lo que yo puedo hacer en Geoparque, la gente no sabe hoy en día que es lo que se puede hacer en Geoparque, hablo como extranjero ahora, ustedes me preguntan a mí si conocen el Geoparque Imbabura y que puedo hacer, no lo sé, entonces evidentemente hay espacio para mejorar la política de promoción y marketing de que es lo que yo puedo hacer, de cuanto me cuesta, donde lo puedo hacer y con quien, a quien puedo contactar los servicios en Geoparque, necesitamos información de inteligencia, información de tipos de datos para poder acceder a esos servicios, necesitamos educación y formación técnica en general de los que prestan los servicios, desde la persona que tiene un restaurant, la persona que presta servicios en un hotel, la persona que presta servicios turísticos, las personas que prestan servicios de senderismo, o de navegación en el lago, toda esta gente tiene que estar de alguna manera calificada en materia de trato al turismo de promoción de servicios de criterio de seguridad, de lo contrario la calidad de turismo o la calidad de servicio baja, es clave la utilización de tecnología, turismo sin innovación está muerto, si ustedes solo tienen una montaña, sin nada de innovación, la montaña es muy bonita la podemos mirar, mucha gente va a soñar que se puede llegar a la montaña



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

La montaña es muy bonita, la pueden mirar, mucha gente puede soñar, pero no se puede ni llegar a la montaña, no hay ningún tipo de tecnología que nos permita subir o tener el equipo necesario para caminar, para cuidarnos del frío, para comer etcétera, pero si no hay un mínimo de innovación tecnológica es difícil que se pueda aprovechar ese servicio.

Y la innovación tiene dos lados, un lado es la utilización de la tecnología que está disponible a través de la propiedad intelectual, a través de las patentes y otro lado es la tecnología que se puede desarrollar para mejorar los productos y servicios que hay que aprender a protegerlos y a comercializar.

Tecnologías de la información y herramientas de inversión, herramientas de inversión me refiero a propiedad intelectual, si ustedes quieren tener un hotel, están dispuestos a invertir en un hotel y ese hotel tiene buenos servicios y que se caracterice por su buena comida por su puntualidad, por su limpieza, por la amabilidad de sus empleados etcétera, de alguna manera eso lo tienen que encapsular, tienen que poner un marco, generalmente el marco va a tener un nombre que nos va a llevar a una marca, la marca de lo que fuese un Metropolitan, si ustedes lo registran e invierten y promocionan esa marca, todo el prestigio va a quedar protegida por ese marco, en ese sentido la propiedad intelectual es una herramienta de inversión, no digo que de otra manera no lo podrías hacer, pero a través de una marca van a poder hacer, es decir como Adidas, toda la tecnología que está atrás de un pantalón, una camiseta, saben que está atrás el prestigio tecnológico comercial etcétera, la marca Adidas que se viene construyendo hace 80 años o 60 años. La gente que hace Adidas igualmente podría haber desarrollado productos de esa calidad sin duda pero de esta manera es fácil protegerlos y comercializarlos y pasar este mensaje y por lo tanto monetizar, ser compensado económicamente por toda esta inversión que hemos hecho para ofrecer un buen servicio del hotel Metropolitan, es la única manera, es la clave del marketing, si no hacemos esto no digo que se pierda pero casi se pierde toda la inversión, la propiedad intelectual nos está sirviendo como un marco para invertir, tiempo, dinero y esfuerzo y que eso quede de alguna manera reflejado en este caso en una marca.

Esto es un poco conceptual estoy de acuerdo pero lo que quiero que entiendan es cuál es el rol que tiene la propiedad intelectual en todo el ecosistema del turismo en el cual nos hemos interesado más en las industrias directas del turismo y lo que nos interesan las funciones del turismo, particularmente de qué manera podemos ayudar si tenemos una mejor comprensión de cómo podemos ayudar a estas industrias, de eso se trata esa es la clave, en este caso imagínense lo que es Geoparque Imbabura, son las industrias del turismo relacionadas a Geoparque Imbabura en el cual están afectadas cada una de las regiones.

Ahora, por qué Propiedad Intelectual, turismo y cultura con este proyecto que estamos haciendo, ustedes ven esta foto, en esta foto no hay nada de propiedad intelectual, cero, la propiedad intelectual tiene que ver con el hombre, con el ser humano, con el individuo que hace algo y ese algo, esa innovación, esa creatividad, está protegida, acá no hay nada, todo esto es natural, o sea que acá hay todo por hacer, eso es lo que quiero decir, se puede hacer una cantidad de cosas pero por el momento tenemos un espacio natural, en el cual existe la naturaleza, todo es salvaje, bonito



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

lugar, tenemos fauna salvaje, etcétera, igual que hacemos ahora, como hacemos que esto se convierta en negocio, respetándolo, que esto sea sustentable, que este parque o medio natural se mantenga a largo tiempo porque esto es lo que queremos vender, esto es lo que queremos conservar, tenemos que usar el sistema para que esto se mantenga, para poder con el tiempo monetizarlo.

Por qué elegimos el turismo, porque es una forma de exportación, todos los países en desarrollo necesitan dólares, necesitan divisas, es una fuente que tiene turismo, mayormente cuando hay turismo extranjero, es una fuente de ingreso de divisas, por lo tanto es una forma de exportación como si vendieran rosas, es el mismo concepto, desde el punto de vista financiero para el Ecuador, es un sector estratégico para diversificar la economía, los países especialmente para los países en desarrollo son países dependientes, este es un sector en el cual fácilmente se puede diversificar la economía de un país con un valor agregado si servicios y mayor contribución de las personas y por tanto diversificar la economía de un país, es fuente de empleo, en una enorme fuente de empleo de la mayor parte de países en desarrollo, promueve la igualdad de género, en materia laboral es uno de los nuevos mandatos de Naciones Unidas igualdad de género en lo laboral, el turismo, las mujeres participan enormemente en los servicios de turismo y es una opción para el desarrollo económico viable sostenible, hay muchos países, ustedes saben que la clasificación de países es en desarrollo y países desarrollados, muchos países menos adelantados han logrado a través del turismo adelantar niveles de desarrollo y aumentar su nivel de desarrollo. Según los datos que tengo, Ecuador ingresó en el 2015, 1.500 millones de dólares con turismo extranjero y en el 2017 en el primer trimestre el ingreso por gasto turístico extranjero fue de 1,6 % de ingreso.

Entiendo que el número de turistas extranjeros visitantes a Ecuador en el 2015 fue 1 millón 700 mil, Egipto tiene 9 millones de visitantes en épocas conflictivas, pero por ejemplo Costa Rica tiene 5 millones de visitantes por año, Colombia tiene 4 y medio, Perú tiene 3, Ecuador tiene un enorme potencial en cantidad de gente que viene y en lo que gastan, son las dos cosas que interesan.

Les quiero decir esto es muy interesante de un país como Namibia, es un país que tiene 3 millones de habitantes y el turismo contribuye en un 14 % de PBI, es enorme, son 2 millones de turistas por año, no creo que Namibia sea necesariamente mejor que Ecuador, Namibia se han posicionado en turismo aventura, es un país seguro, un país en Sudáfrica, los servicios son de alta calidad, lo que tienen garantizado es que van a ver animales, los servicios son adecuados y que no les va a pasar nada y encontraron un mercado que es el europeo y el americano, el lecho más importante que tiene Namibia es el turismo de safari, cada país debe encontrar en lo cual es más competitivo con relación a otros.

La innovación es esencial, volvamos al elefante en el lago, si no hay innovación y no hablo solo de innovación tecnológica, hablo de innovación de prestación de servicios, en materia de organización, los servicios de un hotel, de la organización del servicio de un restaurant, uno llega a comer que la comida llegue caliente, que los productos sean de buena calidad, que no tengan que esperar 45 minutos para comer, etcétera, hablamos en ese sentido de innovación muy amplio, es clave para que el turismo se desarrolle y sea sustentable.



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Desafíos para el sector turístico, pymes, las pymes suelen ser las pequeñas empresas que están más involucradas en la prestación de servicios, las pymes generalmente tienen escasa, esto no es una crítica, las pymes que son el motor de la economía del mundo, particularmente economías en desarrollo, tienen escasa experiencia, es decir desarrollan poca innovación, no pueden arriesgar, no pueden invertir, la gente no está capacitada y una pyme tiene que sobrevivir día a día, no tiene tiempo de hacer estrategias de desarrollo de gestión o de nuevos negocios para poder de alguna manera avanzar en el valor agregado que tienen, en un producto de una experiencia turística hay muchos proveedores de servicios y generalmente como son pymes no hay mucha coordinación, esto va en contra de alguna manera, en contra de la coordinación para proveer un servicio turístico o paquete turístico, sería interesante ver con la gente de Geoparque si uno quiere venir a hacer una excursión al parque, si uno ve la cadena de valor con servicios y productos y viendo quien los da, como están coordinados hay que ver que probablemente no existe mucha coordinación de todos los elementos que son necesarios para que yo en este momento vivo en Suiza en Ginebra, llegue a Geoparque y pueda disfrutar de esta experiencia, en materia de recursos humanos las pymes tienen prácticas no muy gloriosas, hay gente que trabaja en turismo en condiciones precarias, suelen ser por temporadas, suele ser personal que no está capacitado, los empresarios tienen escasa vocación de inversión, piensen ustedes en la situaciones de turismo, si no hay inversión no se puede incorporar mucha innovación y la concentración en materia de turismo son mayormente de productos y la innovación de servicios ha ido más lenta a lo largo de la historia y la civilización.

La innovación ha sido de como se ha desarrollado la tecnología, bueno este es nuestro proyecto así como lo dije antes no lo voy a volver a hablar ahora, voy a mencionar cual es el objetivo de nuestro proyecto, pero nosotros estamos aquí, hicimos un estudio nacional, que estamos haciendo con Sebastián, estamos en el proceso de sensibilización, somos responsables de políticas públicas y la industria, esta es una de las partes fundamentales de nuestro proyecto, que ustedes se sensibilicen por la importancia de la Propiedad Intelectual para poder tener una capacidad nacional de asesoramiento en Propiedad Intelectual y turismo, la gente de propiedad intelectual debe saber de turismo y la gente de turismo tiene que saber de propiedad intelectual y ustedes una idea mínima que cuando se presente un problema tienen que llamar a alguien que les diga que es lo que pueden hacer para encontrar una solución y la idea final de este proyecto es tener enseñanza, tener lugares donde se enseñe turismo y propiedad intelectual.

Propiedad Intelectual, muy brevemente voy a hablar lo que es la propiedad intelectual, como lo dice su nombre tiene que ver con la protección de información, protección del contenido que son intangibles, no son cosas concretas, no son cosas materiales que hay en los productos o en los servicios y lo que se protege no es el producto, sino lo que se protege es el intangible, vamos a hablar de un ejemplo de una obra musical, yo soy el compositor de la obra musical que dura una hora y ella lo va a interpretar, mi obra musical yo la creé, está escrita en un pentagrama y ella lo va a interpretar, yo la creé, letra y música y después viene Sony y la produce vende 3 millones de discos, yo soy dueño de la obra musical que ha sido incorporada en 15 millones de discos y cada vez que se imprime legalmente, yo cobro por mi derecho de autor, pero yo no soy el propietario del disco, soy el propietario de la obra que es un intangible, está registrada naturalmente, en algún lado hay una base de datos que está registrada y que saben que yo soy el dueño pero esa es mi contribución, después hay una persona que va a ser el productor del disco, una persona va a ser



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

quien pase en la radio, habrá un radiodifusor que va a pasar esa música pero yo sigo siendo el propietario del bien intelectual, lo mismo pasa con la marca, una marca Coca Cola, yo compro la botella de Coca Cola, Coca Cola es la dueña de la marca, el líquido que está adentro lo compré yo, ustedes, la dueña de la marca es la empresa Coca Cola, esa sería intangible, intangible es esa marca y esa es una invención, hay una cantidad de patentes, usted es el dueño del producto, pero la tecnología que está adentro puede usar, pero la tecnología por la que está pagando es del desarrollador de la tecnología, lo que quiero diferenciar es lo que es el bien físico y el bien intangible, por eso la propiedad intelectual tiene que ver no con el elefante que es un bien físico, no con ese lago que veíamos sino con los servicios o los productos que se pueden desarrollar, vincular, fotografiar etcétera, se entiende ésta diferencia, no hay que confundir una cosa con la otra.

Mg. Oscar Lomas, Consejero:

Aquí en el Ecuador tenemos un caso que prácticamente ya no se sabe, por ejemplo en Adidas, vamos a un local nos ofrecen un producto made in en China, vamos al mercado y encontramos el mismo, o sea tiene que haber una política pública que controle rígidamente prácticamente esto para que se comience a dar el respeto al productor local, pero aquí si tenemos esa dificultad, en software mismo usted por ejemplo puede conseguir en UAD. 800 pero aquí usted lo consigue en USD. 2,50, tiene que haber una política pública sumamente rígida para comenzar a hacer esto, créame aquí en la Provincia de los Lagos, como en otros países hemos estado viendo, para ingresar a un lago tienen que pagar, pero aquí no hacemos eso, aquí tenemos una riqueza impresionante, pero todavía no explotamos absolutamente nada, pero si sería bueno más bien ver algunas experiencias en otros países, para nosotros también que podemos proponer una política pública, para comenzar a dar pasos firmes, yo veo que estamos en ese paso, en la seguridad, en el desarrollo, en la sensibilización de esas cosas pero si sería bueno que esas experiencias de otros países que han comenzado casi de cero, que prácticamente nosotros estamos casi en eso, porque todavía no respetamos los derechos de autor, la propiedad intelectual todavía es nula aquí en el Ecuador.

Sr. Marcelo Di Pietro

Experiencia de desarrollo de países que arrancaron de cero y hoy son titulares de derechos de propiedad intelectual son los asiáticos, Corea del Sur, China, Singapur son países que son muy estrictos en derechos de Propiedad Intelectual, quizá pasaron por una etapa de transición, de desarrollo, pero hoy en día el problema clave es que usted puede robarle a los americanos, pero eso va en contra del sistema de incentivos de su país y eso es un problema cultural, si usted no está dispuesto a valorar el trabajo de otros en el fondo lo que está es abonando en una política de no premiación del bien intangible, si usted no reconoce al autor, al inventor, nadie lo va a hacer.

Entonces esa debe ser un poco la lógica de las autoridades y también de la gente que ofrece servicios o productos a precios razonables, lo que le pasó a la industria discográfica por ejemplo, que tuvo que adaptarse el 30 % es streaming está en el internet por gente que está dispuesta a pagar un servicio, pero se pasaron 25 años sin querer aceptar esa realidad y cobrando por un disco USD. 20, lo que favoreció la enorme piratería, es decir todos los interesados deben tener una política razonable, que creo que muchos ya la han aprendido, pero desde el punto de vista local, si uno no respeta la invención como la creatividad del otro, esto arranca en la educación de los niños de como respetar la propiedad privada, antes era propiedad en el sentido material, hoy toda esta



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

propiedad privada es intelectual, es una cosa relativamente nueva, es más difícil de proteger, es más difícil de respetar, pero es parte de la lógica que se cree un incentivo para que la gente innove y desarrolle, India por ejemplo, salud pública, productos farmacéuticos, India fue los últimos 30 o 40 años un país que no daba protección a las farmacéuticas, a lo largo de estos años por diversas razones, por la magnitud de su mercado hoy tienen los laboratorios genéricos más grandes del mundo y empezaron a desarrollar productos propios y están interesados en que se proteja las patentes, hoy se dan cuenta y de los precios de los productos farmacéuticos porque también tienen intereses para desarrollar e incentivar su industria de investigación, ese es un tema mucho más complicado, el turismo no tienen que ver con la salud pública, es un tema menos estratégico, pero como tema estratégico en otro tipo de países van desarrollando una industria pero también puede desarrollar la industria de la piratería como lo dijimos hace un momento, usted puede ser, voy a citar a mis hermanos paraguayos que era famoso porque todo era pirateado, esencialmente brasileños, uruguayos, argentinos iban a comprar a ese lugar, pero ahora cambió, pero durante muchísimos años el turismo era solo por eso, por productos pirateados, pero no se puede vivir a largo plazo, no se puede.

Bueno, derechos de autor, piensen en turismo ahora, piensen en cosas que tengan que ver con turismo, aquí en sus regiones, la literatura y derechos de autor está protegida de la copia, ustedes no pueden copiar por ejemplo un libro, o el texto de un libro, lo que está protegido es la obra literaria, el libro es de ustedes, pero la obra literaria no es de ustedes, si yo soy el autor, la obra literaria es mía, para copiarla me van a tener que pedir autorización a mí, no creo que se aplique mucho al turismo pero puedes ser, puede ser en este caso de un best seller de la región.

Arq. Ramiro Páez, Consejero:

Marcelo, yo le pongo dos ejemplos en el caso de aquí de Imbabura, los restaurantes, uno se pone un restaurant y viene aquí lo que se llama la sociedad de autores y compositores del Ecuador SAYCE y lo primero que le dicen es, de acuerdo a nuestra ley usted pague, aquí están presidentes de juntas parroquiales y dirigentes en muchos casos de organizaciones, se organiza un evento que es a veces para la comunidad, pero si por ahí se enteró SAYCE, le dice pago, entonces aquí como que se lo ve, la relación de esos derechos de autor como una medida no sé si cabe coercitiva hasta cierto punto, en el sentido que si quiero organizar esto tengo que pagar, se los ve así los derechos de autor, otro ejemplo, en la feria de Otavalo o en San Antonio, en la feria de Otavalo sale una bufanda, un producto innovador, el próximo sábado hay miles, de la misma, exacta, mejor, una escultura pequeña, un Cristo en San Antonio, igual, yo quiero conectar la presencia que ustedes dicen con el turismo, son cosas que pasan constantemente en nuestra provincia.

Sr. Marcelo Di Pietro

Estoy de acuerdo, la fiesta popular y la música es un caso típico, queremos hacer una fiesta popular y queremos usar patrimonio musical, esa música es de alguien, si esa fiesta tiene un fin de lucro y se está vendiendo servicios y productos, la gente viene por la fiesta, por la música también, depende la otra postura sería bueno no pago nada y entonces los músicos y los creadores musicales, están subvencionando la fiesta, pero si usted quiere premiar no veo porque la gente va a bailar con la música que yo compuse, salvo que no crean en esto, esa es otra opción que no crean en que debemos premiar a la persona que crea o innova, después hay que buscar escalas de pago, que sean



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

razonables, pero si queremos incentivar este tipo de incentivos y creaciones, la única manera de incentivar es a través de un sistema de incentivos, como la propiedad privada.

El arte, está protegido por el derecho de autor y la copia del arte en principio está prohibida o se puede usar, pero hay que usar con la autorización del autor y pagarse, hay dos cosas que pueden hacer, con las obras culturales, pueden o copiarlas o comunicarlas, son las dos cosas que pueden hacer, a grandes rangos comunicar en un sentido muy amplio, lo pueden pasar por televisión, lo pueden pasar por cable, por satélite etcétera, o pueden interpretarlo en una obra de arte, son formas de comunicación o si no pueden copiarla, puede haber arte que esté vinculado al turismo, cine, las obras cinematográficas que están protegidas por derechos de autor, que es lo que protegemos en una obra cinematográfica la idea, el guion, la actuación, la música, la escenografía la dirección.

El software, no creo que tenga que ver con el turismo pero sería interesante tener un sistema, vinculado a algún sistema que permita coordinar la utilización de la información del Geoparque y de todos los servicios, habría que incluirlo en el estudio de hacer un desarrollo que sea una base de datos interactiva para poder saber que es lo que hay, poder hacer comentarios y por utilizar diferentes productos y servicios del Geoparque y que estén vinculados a una base de datos o servicios del Ministerio de Turismo, pero que sea exclusiva para Geoparque y de quien va a ser eso, va a ser de alguien, va a estar protegido por derechos de autor y hay que tener en cuenta que va a haber un propietario que va a ser el que desarrolle es software y no copien otros y si copian otros tengan en cuenta de pedir autorización para poder copiarlo, esas son las dos cosas que deben tener en cuenta.

Bases de datos, no tiene nada que ver con el turismo pero los datos son protegibles, como la base de datos y muchas que pueden tener que ver con el turismo, hasta en lista de clientes, lista de restaurantes, lista de hoteles, lista de servicios de excursionistas etcétera, son todas bases de datos que la persona o la entidad que realiza esa base de datos tiene derecho de protección sobre esa base de datos, que es lo que pasa si uno puede de alguna manera beneficiarse de una base de datos, es probable que le dedique más tiempo, si no, no la va a usar o tiene menos incentivos para hacerlo, intérpretes, los intérpretes musicales están protegidos como tal, por un lado tenemos un cantante o un intérprete musical, pueden ser bailarines de coreografía, pero para un ejemplo un intérprete de coreografía locales, sellos y editores musicales Sony music que es un editor y productor de música.

Sr. Segundo Maldonado, Consejero:

Talvez por desconocimiento a donde se debe recurrir, para sacar un permiso para poder utilizar una marca, mientras no le digan nada, esa persona sigue produciendo con una marca, aquí sacamos una copia o foto y seguimos vendiendo, pero eso es por desconocimiento de los pasos a seguir para poder obtener permiso, al desconocer el proceso del permiso.

Sr. Marcelo Di Pietro

Vamos a priorizar aquí, esta reunión no es para formar jueces, ni fiscales que vayan a perseguir la piratería o falsificación, la intención nuestra aquí es darse cuenta que productos y servicios pueden ser protegidos y pueden favorecer la creación de empleo, la creación de riqueza, la creación de valor agregado en sus comarcas, en sus regiones y entonces como los titulares de derechos van a



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

ser ustedes o alguno de ustedes o sus vecinos o la gente de la provincia, van a saber a quién pueden contactar como titular de derecho, el titular de derecho va a ser un imbabureño titular de derecho, entonces lo importante es tener el chip en la cabeza de decir que la señora imbabureña hizo el desarrollo determinado de un desarrollo textil por ejemplo, ropa que lo tenga registrado etcétera y que las autoridades por ejemplo el IEPI sepan que esa señora tiene derecho a que se la proteja, es entre ustedes el juego esencialmente, lo que estamos intentando es proteger lo que hacen ustedes, lo otro es más complicado, no es la prioridad de nuestra reunión, es prioridad del IEPI, como autoridad nacional en materia de propiedad intelectual, aquí los que estamos interesados es cómo podemos proteger los productos y los servicios del turismo en la provincia y ustedes se conocen entre ustedes, radiodifusores, no sé si hay radiodifusión vinculada al turismo, radio, televisión, por cable, satélite, etcétera, está protegida la radiodifusión, las transmisiones están protegidas, no hablé de la arquitectura, pero debe haber arquitectura local interesante no la conozco, esta es una manera de crear valor sobre la base de en este caso un edificio que está protegido por la propiedad intelectual, diseñado por un arquitecto, pero al margen del arquitecto en si mismo aquí se formó un rompecabezas, entonces el diseño está protegido y el que es el titular de este diseño de arquitectura, además de lograr que nadie les copie y si se lo copian que le paguen por usar el diseño, sacan las diversas formas en las cuales pueden monetizar su diseño, además de haber hecho el edificio que es la obra de Sídney, de Australia, hay otro más, es en Dubái, al margen del edificio han sacado numerosas formas de las cuales se siguen utilizando los diseños y el creador del diseño, tiene derecho además hay formas en las cuales se ha comercializado por ejemplo en un rompecabezas, el diseñador más el productor de esto que está vinculado al turismo de alguna manera, todos logran monetizar la creación que se hizo, son formas de monetizar la propiedad intelectual, las creaciones.

Los festivales son una manera de atraer el turismo, hay numerosas ciudades que se favorecen de los festivales en los cuales se pueden presentar música extranjera o música local, pero que se convierta en un factor de turismo, naturalmente todo esto está protegido y muy bien vinculado al derecho de autor y los derechos conexos, pero naturalmente hay otras cosas aquí, como evento de promoción de la ciudad, de la región, porque atraen turismo y hay que naturalmente marcarlo con protección a la sociedad colectiva, los autores, etcétera.

Y ésta se usa poco, ésta es para las autoridades, la mejor manera de promocionar un lugar desconocido o una manera de promocionar un lugar que ha caído en desgracia, por el peligro por ejemplo de la gente que no quiere ir porque piensan que es inseguro es a través del cine, o de alguna forma de audiovisual, estas son algunas películas conocidas, esta pasa en Nueva Zelanda, en Kenia, en Australia, en Perú, los índices de crecimiento del turismo después de las películas fueron en Londres y para poder hacerse las películas fueron las autoridades, que trajeron a los productores de películas para que rodaran esas películas en ese lugar, se convierte en una herramienta de promocionar determinados lugares turísticos, hay que tener en cuenta una cosa, nuestros países a nivel de costos son más baratos para filmar que otros países desarrollados, lo importante es q si uno atrae a una empresa, emprendimiento cinematográfico o hacer una película x, documental o lo que fuese, en su provincia, región o pueblo es importante que la región sea reconocida y no que la utilicen solo porque es más barata y que no se diga vamos a grabar en Ecuador pero se va a decir que es en Ecuador o Imbabura, terminamos con derecho de autor, la



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

idea ahora es que les quede un poco claro de que manera esto puede servir al turismo concretamente en cada uno de sus regiones, vamos a otra área, diseños industriales, es la parte del derecho que protege el atractivo ornamental de las cosas, no la función de algo, sino el atractivo estético, porque algo es más atractivo que otro, mostremos algunos aquí, muebles filipinos, por ejemplo se están utilizando las formas y los materiales son de una isla en particular de Filipinas, entonces aquí lo que se protege tanto el uso de materiales, de diseño como la forma que reflejan un poco la creatividad de los muebles que se utilizan para los turistas de muchos hoteles en una determinada isla en Filipinas, es una manera de promocionar la industria local, otras formas de diseño, estas son más modernas, los diseños textiles, esto hablamos en las fiestas de la flores y las frutas de Ambato, hay muchos diseños que son protegidos que se desarrollan en la región, textiles en cuero, equipo para la montaña por ejemplo, etcétera, diseños pueden estar protegidos por diseñadores locales.

Mg. Oscar Lomas, Consejero:

Que relación tendría cuando son declarados patrimonios intangibles en el caso pongamos, yo soy de San Antonio, se produce lo que es la parte artística, somos considerados patrimonio artístico cultural de la nación, igual aquí en Imbabura tenemos algo que nos conecta a todas las parroquias como es el Inti Raymi, entonces ahí como le conectamos con esto de la propiedad intelectual que si estamos ya bajo decreto, ya estamos considerados como patrimonio artístico cultural, aquí también intangible lo que es el Inti Raymi pero como le conectamos con la propiedad intelectual, no sé si tiene relación directa

Sr. Marcelo Di Pietro

Las expresiones vinculadas al folklore no está protegido, el contenido del folklore se puede usar, llamémosle por ejemplo el Cóndor Pasa, es una canción que pertenece al folklore no sé si peruano o boliviano exactamente pero es una canción que está bajo el dominio público, en ese sentido que se puede interpretar o hay numerosísimas danzas que son parte del folklore que se las puede interpretar o ritmos etcétera, vestidos textiles que son parte del folklore, pero lo que usted haga nuevo si está protegido y la ley no le va a decir que es parte del Patrimonio Cultural, lo que pasa con el folklore es lo siguiente, la propiedad intelectual es un invento de los países occidentales, invento del capitalismo, invento de la Revolución Industrial, no tienen que ver con la creación, son previas a la revolución industrial y al sistema capitalista, donde se reconoce a una persona, un individuo, una empresa como titular, creadora o innovadora, no se está pensando de los conocimientos tradicionales esa es otra área, que tiene otra regulación la cual también vamos a hablar, las cuales son compartidas por un número inidentificable de gente, de países que son conocimientos que se transmiten de generación en generación, que tienen cuestiones de carácter cultural, de carácter religioso que a lo mejor son muy ancestrales y no hay un creador, eso es lo que pasa con el folklore, no sabemos quién lo creó pero todo el mundo la usa, todo el mundo, todo el pueblo la usa, entonces no hay un autor identificable como tal, es una creación ancestral de otro régimen y lo único que rige es la legislación nacional, que permite una explotación o uso bajo ciertos criterios de reconocimiento de la identidad etcétera, las creaciones nuevas las cuales si podemos proteger, necesitamos que el sistema exista para que se invierta tiempo y dinero y sea suyo, esa es la clave.

Ab. Pablo Jurado Moreno, Prefecto de Imbabura:



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Marcelo perdón que te interrumpa, les veo a los compañeros un poco inquietos, el tema es que de acuerdo a la agenda hoy viene el presidente Lenín Moreno y ellos tienen una información, entonces en este momento hablé con la señora Gobernadora, el Presidente está aterrizando a las 11y30 en el estadio y obviamente la señora Gobernadora ha pedido que le acompañemos para recibirle allí al señor Presidente, le había dicho a Sebastián que a las 11y15 deberíamos estar libres para podernos movilizar al estadio que estamos de aquí a diez minutos.

Sr. Marcelo Di Pietro

Tres minutos para marcas que es en realidad lo más importante, creo que al verlas ya las identifican el valor que pueden tener, una marca identifica a la persona que hizo ese producto o ese servicio, es un vínculo entre el producto y el servicio y la marca Apple, que identifica Apple, un teléfono primera cosa, o sea que identifica el origen importante de la calidad y segundo identifica que Apple no es Samsung, o sea que cuando yo voy a comprar puedo diferenciar entre Apple, Samsung y la marca que fuera, esos son los dos roles que nos hacen identificar el origen del producto y separar productos y servicios para poder diferenciarlos, es un identificador, un símbolo que permita identificar, que permita asociar un producto y un servicio, por un productor, ese es esencialmente el sistema de marcas, después hay marcas de certificaciones, es donde decido yo voy a hacer seda en la India y los que quieran usar este sello y vende más caro, van a tener que seguir determinados criterios para poder producir esa seda y los que usen y sigan esos criterios para producir esa seda van a poder usar esta marca de certificación, esto lo pueden aplicar al comercio justo en materia de turismo en Sudáfrica, que significa que no mata animales, que no utiliza niños para trabajar, que no contamina el ambiente etcétera.

A muchos les interesa saber que el turismo que ustedes van a hacer es justo y cumple ciertas normas básicas, pueden usar un sello que se desarrolle una marca de certificación, marcas de países, quien la puede usar, cuáles son los criterios para usarlo, este mismo puede ser Imbabura, puede ser Geoparque, es innumerable la creación de marcas, y después establecer un criterio para saber cómo y quién puede utilizar ésta marca para hacer un seguimiento una supervisión para que se cumplan estos requerimientos. Marcas colectivas, acá no hay una entidad que certifique, sino que varios productores se reúnen y dicen nosotros vamos a ponernos de acuerdo para tener una marca colectiva, por ejemplo, Iberia además de prestar nuestros servicios cumplimos con algunos requisitos con otros proveedores, se llaman marcas colectivas.

Tequila es una denominación geográfica, no es una marca de certificación, al margen de usar tequila, querrán usar que es una marca geográfica, ustedes pueden utilizar una marca, es decir que, en un producto, un servicio puede utilizar una indicación geográfica, una certificación, una marca colectiva, pueden ser todas al mismo tiempo, cuantos más elementos para poder identificar una marca o servicio tengan, mejor pueden posicionarse en el mercado.

Indicaciones geográficas, no sé si hay indicaciones geográficas en Imbabura, Tequila es una, por ejemplo, la indicación geográfica es un signo que está vinculado a un producto, no a un servicio, solo a un producto, suelen ser gastronómicos los productos y que ese producto invirtió en el lugar donde se produce por las condiciones geográficas del lugar, condiciones de la gente y tiene un valor, un prestigio o unas cualidades particulares, tequila, la ruta del tequila que les mencionaba antes, café de Etiopía fue un éxito con Starbucks y la indicación geográfica y patentes, patentes creo que es el área menos interesante, innovación, yo creo que sigues tú, no nos queda más tiempo.

Sr. Sebastián Barrera:



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Hola buenos días con todos, la verdad que es un inmenso honor para mí presentarles el estudio que estamos desarrollando.

Ab. Pablo Jurado Moreno, Prefecto de Imbabura:

Antes de tu exposición Sebastián, quería darle la bienvenida a don William Usiña, que es representante del IEPI y también a la señora María Fernanda Benítez, que es representante del Ministerio de Turismo, bienvenidos, continúa Sebastián.

Sr. Sebastián Barrera

Muchas gracias como les decía que es un inmenso honor, les agradezco por su tiempo y atención, en honor al tiempo, voy a hacer la presentación sobre todo la parte que es estadística, voy a hacer lo más rápido posible, este es un estudio que estamos desarrollando en conjunto con el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y es puntualmente sobre el potencial que tiene el Geoparque Imbabura, para convertirse en un destino turístico de calidad mundial, antes de empezar quiero agradecer profundamente a todas las personas que hicieron posible el desarrollo de este estudio, quiero agradecer a Marcelo a Francesca en la oficina a Wilson a todas las personas del IEPI a los representantes del Geoparque, también la reunión que tuvimos el 22 fue para mí una experiencia increíble la verdad muchísimas gracias a Fernanda a Rodrigo por la ayuda y a todos los invitados que me ayudaron a desarrollar esto.

Quiero presentarme mi nombre es Sebastián Barrera tengo 35 años, estudié creatividad publicitaria, yo no soy abogado, no soy especialista en turismo, yo soy de alguna forma la parte mucho más comercial de esto, yo estudié creatividad publicitaria en Argentina y he trabajado un poquito más de 8 años como director creativo para varias agencias de publicidad, fui director creativo de Chevrolet, fui director creativo de CNT, fui director creativo de Marathon, de DIRECTV y la última gran marca que manejé fue Coca Cola, este estudio lleva por nombre la propiedad intelectual y su importancia en estrategias comerciales, marketing y la promoción de destinos turísticos y principalmente sus objetivos fueron observar a los actores de la oferta turística local, analizar en que campos se podrían implementar programas de propiedad intelectual y que conceptos del marketing deben considerarse para la construcción exitosa de la marca Geoparque Imbabura, Marcelo me había pedido que venga a la provincia de Imbabura y que desarrolle un relevamiento sobre las actividades o sobre los atractivos turísticos que podrían ser protegibles y yo en verdad lo que quisiera el día de hoy es sembrar una semilla, una idea en cada uno de ustedes sobre la importancia que tiene la propiedad intelectual, para el desarrollo económico de su provincia el proyecto Geoparque Imbabura, la verdad no quiero venir acá a decirle al representante de Otavalo por ejemplo lo maravilloso que es la plaza de los ponchos o al representante de Urcuquí la experiencia fantástica, que uno puede tener en las termas de Chachimbiro, ya conocen porque ya saben, mi objetivo es que ustedes entiendan cuán importante es el rol que cumple la propiedad intelectual para el crecimiento económico, esta presentación está dividida en 3 momentos, Primero la parte de contextualización, en donde revisaremos estadísticas oficiales sobre el turismo en el Ecuador, datos relevantes sobre la oferta turística y analizaremos información general sobre las diferentes industrias de Imbabura que podrían ser parte de la experiencia turística del Geoparque Imbabura, en conexión explicaré el vínculo que existe entre la propiedad intelectual y la industria turística, pero para eso primero vamos a analizar que prácticas deben ejecutarse para que una experiencia turística sea considerada satisfactoria y competitiva, esto surge después de una



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

conversación que tuve con el Ministerio de Turismo, para después entender la importancia en el comercio y el vínculo que existiría con los actores de esta oferta turística y la propiedad intelectual y por último en ejecución, vamos a conversar sobre recomendaciones para la construcción estratégica de la marca Geoparque Imbabura, tengo un ejemplo al final, que creo que es una construcción sobre una marca que tiene una construcción coherente, consistente, eso es super importante y finalmente les voy a contar un poquito sobre lo que sería el esbozo del siguiente paso ojala con Geoparque Imbabura, vamos a revisar rápidamente este contexto provincial, estos son datos del Ministerio de Competitividad y de la Superintendencia de Telecomunicaciones, son datos relevantes a la práctica turística, la incidencia de pobreza en Imbabura es de un 44 %, es la provincia menos pobre de la región norte del país, en promedio presenta un índice del 52 %, sin embargo los índices de desnutrición crónica infantil alcanzan el 44% superando en 18 puntos porcentuales al promedio nacional, el turismo puede ser una excelente alternativa para modificar esta información, en Imbabura los niveles de educación primaria son bastante altos, superan el 97% de la población, el uso del internet es todavía limitado a comparación de otras zonas del país, según datos de la superintendencia de telecomunicaciones se calcula que en Imbabura alrededor de 8 mil usuarios tienen acceso a internet, esto significa apenas el 1% de los usuarios de todo el país, en términos de utilización de servicios de telefonía fija y de celulares en Imbabura existen 52 mil líneas fijas y 93 mil líneas celulares que representan el 32 y 43% a nivel regional, pero apenas el 3 y 1 por ciento a nivel nacional, esto es importante porque uno de los criterios de calificación de un destino turístico es la conectividad, en Imbabura habitan 398.224 personas de las cuales 315.602 están consideradas como personas aptas para trabajar, sin embargo apenas 100.250 varones y 68.884 mujeres admitieron tener un trabajo fijo, de este grupo la mayoría se identifican como trabajadores independientes y las actividades laborales más recurrentes son oficiales, operarios y artesanos, trabajadores informales y trabajadores de servicios y vendedores.

Imbabura es la provincia con mayor número de actividades manufactureras de la zona norte del Ecuador, esto es super importante porque la actividad manufacturera, puede ser un aliado de la oferta turística, la encuesta manufacturera del año 2007 indica que la producción bruta industrial es de 150 millones de dólares, emplea a 2.700 personas y genera valor agregado por 46 millones de dólares, valor agregado, propiedad intelectual, 100%.

Del otro lado de la cera en cambio tenemos a la industria artesanal que debido a la falta de actualización en los procesos de producción, no presenta un producto final de calidad y competitivo, esta información es extraída del Atlas Rural del Ecuador que se publicó este año, no es una precisión mía, otra característica negativa es que varios productores artesanales no crean sus propios productos, acabamos de conversar, éste grupo de artesanos, se limita a reproducir los diseños de los competidores más innovadores, otro gran espacio para aplicación de un sistema de gestión de propiedad intelectual.

Este año el Instituto Geográfico Militar en colaboración con 16 instituciones publicó el primer Atlas Rural del Ecuador y a continuación quiero considerar algunos datos obtenidos de esta investigación.

El Turismo rural genera 12.161 mil empleos en forma directa a nivel nacional, con la ventaja que la proporción de participación de géneros es 50% para cada uno, como mencionaba Marcelo, el



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Turismo es una práctica altamente inclusiva, el Atlas contabilizó 14.066 habitaciones con presencia mayoritaria en cinco provincias del país y destaca el respaldo que tienen sus actores en esta normativa, en esta práctica debido a la normativa de defensa del artesano.

El Registro Único Artesanal cuenta con 1.401 artesanos, uno de cada seis de estos artesanos se encuentra en el área rural, 70% de estos inscritos se ubican entre Pichincha, Azuay, Santa Elena, Manabí y Guayas, esta investigación el atlas rural categoriza a la producción artesanal en cinco grupos que son según mi entender en ámbito de propiedad intelectual, todos sujetos de protección intelectual, califica artesanías en fibra, artesanías joyas, cerámicas, barro, loza y porcelana, artesanías en cuero, mármol y artesanías textiles, el estudio es bastante más extenso pero para efectos de esta presentación vamos a cortar, ahora que creo que es la parte más importante de esto, entender el vínculo, entender la conexión que debería haber y como las herramientas de propiedad intelectual, pueden potenciar la práctica del turismo, para entender la relación e impulso que puede tener la propiedad intelectual con la industria turística local, yo considero primero que es importantísimo entender que es una industria turística exitosa y que parámetros tiene que cumplir para considerarse, como se califica una industria turística, una oferta turística, cuáles son los estándares internacionales, una vez que entendamos al turismo como una práctica económica, como una industria, nos va a ser mucho más fácil entender el rol que puede tener la propiedad intelectual, en una conversación que mantuve con el Ministerio de Turismo, me explicaban que durante años la oferta turística nacional y la selección de los atractivos que el Ecuador tiene para su comunicación es un proceso poco técnico la verdad y en muchos casos de cierta forma hasta informal.

Geoparque Imbabura tiene la oportunidad de cambiar esto para siempre podemos crear un producto turístico lleno de buenas prácticas, hasta hace poco los criterios de evaluación de destinos no consideraban los estándares internacionales el día de hoy la OMPI propone trabajar junto al IEPI en la protección y potenciación del Geoparque Imbabura como destino turístico de calidad mundial.

Para que una práctica turística sea considerada ejemplar es calificada por la organización mundial del turismo en nueve criterios que esto es super importante, accesibilidad y conectividad, planta física y servicios, conservación del entorno y la integración junto al entorno, higiene y seguridad turística, políticas y regulaciones, actividades que se practican en el atractivo, recurso humano especializado, la difusión, los refuerzos de difusión que se hagan para comunicar este atractivo y el tipo de visitante y afluencia, con esto yo lo que quisiera es que el Geoparque considere estas cosas y que las tenga presentes al desarrollar su producto turístico.

Este año el Ministerio de Turismo clasificó dieciocho productos turísticos competitivos en el Ecuador, esta clasificación consideró, índices de competitividad turística que es lo que más o menos revisamos junto a la Organización Mundial de Turismo, que analiza accesibilidad, conectividad, servicios básicos, servicios complementarios, planta turística, recurso humano especializado en actividad turística, afluencia turística, es decir el número de visitantes registrados en un destino durante un año calendario, oferta a la industria que se refiere a los esfuerzos en la comercialización en las ferias más importantes del mundo.



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

Cuál es nuestro objetivo, sería clasificar al Geoparque Imbabura como el producto turístico número diecinueve del Ecuador, pero en realidad el número uno en buenas prácticas, la organización del Geoparque tiene la posibilidad, tiene las puertas abiertas para desarrollar un producto turístico envidiable, yo conversé con un montón de personas mientras desarrollaba este estudio y conversé con Iván Vallejo, conversé con un documentalista que pasa nueve meses en África, conversé con expertos, conversé con turistas y la verdad es que el común denominador de todos, todos aceptaban que Imbabura tiene el potencial para convertirse en una oferta turística super fuerte, esto no es algo que lo digo yo por ser ecuatoriano, la verdad que es un común denominador.

Vamos a explicar un poquito brevemente sobre las herramientas de la Propiedad Intelectual, porque así vamos a entender cuál va a ser el vínculo que va a tener la propiedad intelectual con esta industria turística, no es una práctica turística, es una industria turística, la propiedad intelectual actúa en varios campos y tiene definiciones amplísimas y la verdad es que es super complejo entender estos temas, yo no soy abogado, entonces a mí se me dificultó un montón pero para efectos de esta presentación, voy a tratar de resumir de la mejor manera posible sus definiciones.

La Propiedad Intelectual, protege legalmente los derechos que tienen los creadores sobre sus obras, número uno, eso es súper importante, número 2, la Propiedad Intelectual defiende la creatividad humana porque entrega la materialización de la creación de una idea a una persona o una organización por eso es tan importante.

La Propiedad Intelectual, impulsa la competencia justa de los mercados porque resguarda las reuniones que estas industrias hacen durante su proceso evolutivo.

Les voy a contar una historia super corta sobre el lanzamiento del primer iPhone que se dio hace 10 años ya, que se dio en el 2007, se esperaba muchísimo de la presentación de este producto, Apple ya había modificado la industria de la computación con el lanzamiento de la iMac y ya había cambiado para siempre el negocio de la música cuando presentó su iPod, Steve Jobs dijo que con el lanzamiento del iPhone en año 2007, iba a revolucionar para siempre la telefonía celular y la computación personal.

Steve Jobs, que es uno de los mejores presentadores comerciales de la historia preparó una lista de características que hacían a su teléfono el artículo tecnológico más avanzado del mundo para ese momento, Steve Jobs decía funciona como por arte de magia, no requiere este lápiz electrónico para interactuar con la pantalla, ahora parece como algo muy común pero como hace 10 años fue una evolución tremenda, al iPhone, Steve Jobs definía como un instrumento muchísimo más preciso frente a la competencia, ignora toques que no han sido intencionados y entiende órdenes ejecutadas con varios dedos, ustedes saben cuál fue la última gran característica que Steve Jobs eligió para completar la descripción de su teléfono? Steve Jobs dijo, está patentado, éste es el Slider original, entonces yo me preguntaba por qué la industria turística, si es como cualquier otra industria no tiene consideración sobre la importancia que tiene la Propiedad Intelectual para su crecimiento, la industria turística, la oferta turística como cualquier otra industria debe innovar, debe crear nuevos productos, debe mejorar su oferta continuamente y la propiedad intelectual es el mejor aliado que tiene para proteger estas creaciones para evolucionarse, para crecer.



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

El sistema de Propiedad Intelectual divide su área de protección en cinco grandes grupos, marcas y signos distintivos que incluyen denominaciones geográficas, innovaciones y obtenciones vegetales, diseños industriales, derechos de autor y derechos conexos y conocimientos tradicionales, yo si creo personalmente que cada una de éstas áreas se podría aplicar a una práctica relacionada al turismo, porque el turismo según los expertos es una industria madre, es una industria que incluye muchas industrias para su práctica por eso cuando Marcelo nos conversaba sobre el alojamiento, para el alojamiento necesitamos camas y las camas pueden ser de madera o de acero y eso involucra al carpintero o al artesano que tiene una metalmecánica, necesita sábanas y algodón, necesita cobijas, necesita desayunos etcétera, entonces para que una práctica turística sea integral y satisfactoria involucra a cualquier actividad económica que usted se pueda imaginar, yo creo que esa es una de las razones del por qué para la ONU el impulso de prácticas turísticas en economías de desarrollo, con una adecuada gestión de propiedad intelectual en éstas categorías nosotros podemos proteger la oferta turística del Geoparque Imbabura y potenciar la innovación de todos los ofertantes que están involucrados, en honor al tiempo y que me he extendido algo con ésta presentación, ésta última parte va a ser tan rápida como precisa, quisiera darles recomendaciones profesionales sobre el proceso de construcción de la marca Geoparque Imbabura y después contarles cual podría ser el siguiente paso en esta colaboración entre la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual y el Geoparque Imbabura.

Vamos a hablar sobre construcción estratégica de una marca, esto si es una parte en la que yo he trabajado durante los últimos ocho años, el logotipo del Geoparque Imbabura está bien hecho, cumple estratégicamente, la verdad es que no tengo observaciones muy grandes, sin embargo tengo una observación pequeñita y es que las líneas que están en el rombito de abajo en el triángulo de abajo, el agua exactamente, esa líneas al momento de imprimir, no cumplen con una característica esencial de los logotipos y es que los logotipos, en algún momento se tienen que imprimir en formatos muy pequeñitos, entonces si es que esas líneas les imprimimos muy pequeñitas se van a perder, entonces es cuestión nada mas de hacer una corrección estética ligerita sobre eso, pero es super importante la selección estratégica del arquetipo de la marca.

El arquetipo de la marca es lo que va a tener nuestra marca al momento de su comunicación, por ejemplo Coca-Cola, el arquetipo de la marca es el hombre inocente, entonces Coca-Cola es todo buenito y promueve prácticas como la inclusión y conceptos universales como la felicidad, entonces es super importante entender cuál va a ser la personalidad del Geoparque para asignarle un arquetipo, entre 12 posibles, tenemos que desarrollar un Layout corporativo publicitario que sea coherente con la selección del arquetipo, les voy a dar un ejemplo, vamos a imaginar que el Geoparque va a encontrar en su grupo a niños menores de 12 años, porque el principal objetivo del Geoparque Imbabura será la educación, teniendo eso en cuenta elegiremos un arquetipo que sea amigable para un niño de 12 años y el Layout corporativo y publicitario, tiene que ser coherente con este arquetipo por ejemplo podríamos usar caricaturas, eso es super importante, la comunicación que desarrolle el Geoparque tiene que estar orientada con el objetivo estratégico, yo les recomiendo no hacer ningún esfuerzo de comunicación, si es que no tiene que ver con la consecución del objetivo estratégico en el caso hipotético que planteábamos de niños menores de 12 años, si es que nuestro grupo objetivo son niños menores de 12 años, nuestros voceros tienen



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

que ser personas que los niños de 12 años sigan, porque de nada nos sirve desarrollar un plan de comunicación si es que no está orientado, es una pérdida de recursos y por último yo sugiero que la comunicación del Geoparque se convierta en un activo del Geoparque, yo les recomiendo que la comunicación sea súper innovadora y que la presencia del Geoparque y medios digitales sea muy fuerte, nosotros en la industria publicitaria, todos los días encontramos ejemplos y todos los días vemos casos en los que destinos y marcas han logrado objetivos increíbles únicamente con su comunicación y con su presencia en medios digitales, para finalizar esta presentación quiero poner bajo su consideración la planificación estratégica que estamos sugiriendo junto a la OMPI para alcanzar el objetivo de impulsar la oferta turística del Geoparque Imbabura, para la ejecución de este plan, nosotros proponemos un proceso de cinco pasos nada más.

Lo primero que debemos hacer es designar y elegir técnicamente a un grupo objetivo para quien se crearía y se comercializaría la oferta turística como este es un programa piloto, yo recomiendo que sea un grupo objetivo que sea muy específico, les voy a dar un ejemplo, familias americanas de cuatro personas, si nosotros tenemos un grupo objetivo así de concreto podemos medir los resultados, super rápido y el proceso de comunicación, de pauta, de desarrollo de piezas va a ser mucho más fácil de medir.

El segundo paso es la oferta, el diseño de la oferta, el diseño del producto, mi sugerencia es que Geoparque Imbabura y el Ministerio de Turismo que ellos son los especialistas desarrollen un producto turístico que sea específico para este grupo objetivo, por ejemplo, para estas familias norteamericanas de cuatro miembros, yo lo que consideraría acá es que este producto siga todas las buenas prácticas sugeridas por la Organización Mundial del Turismo, que cumpla con todo.

El tercer paso, sería la capacitación de éstas personas que forman parte de la oferta turística, que el Ministerio de Turismo los capacite en buenas prácticas y que el IEPI los capacite en temas de Propiedad Intelectual y que proteja su oferta con las herramientas que dispone, entonces volvemos a hablar que involucran una oferta turística, una oferta turística tiene transporte, porque tenemos que traerles desde el aeropuerto hasta acá, necesitamos alojamiento, necesitamos alimentación, necesitamos actividades, necesitamos compras, entonces ahí lo que podemos hacer es ya empezar a ver puntualmente como se aplica el sistema de propiedad intelectual a una práctica turística.

El siguiente paso sería la comercialización lo que sería es comunicar la oferta, a los mercados más atractivos con piezas de comunicación, especialmente diseñadas según la estrategia que nosotros elijamos y nosotros consideramos dos posibles escenarios al finalizar éste proyecto, el escenario positivo sería que el producto es super bien recibido, la oferta crece, se adhieren nuevos proveedores, que necesitamos más transporte, necesitamos más alojamiento, necesitamos más restaurantes, entonces en ese caso lo que haríamos es repetir el ciclo de capacitación con el Ministerio de Turismo en buenas prácticas y con el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual sobre la protección de su oferta y en el caso de que el producto, de que esta experiencia no sea lo suficientemente atractiva para el grupo objetivo que nosotros designamos, cuál es la sugerencia que Geoparque borre esto y diseñe otra experiencia, tomando en cuenta otro grupo objetivo, entonces nos olvidamos de las familias norteamericanas de cuatro personas y empezamos a diseñar un producto turístico para aventureros australianos por ejemplo, que hacemos, repetimos el ciclo en capacitación y de protección.



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

La presentación casi termina ahí, como buen publicista quiero finalizar esta presentación ejecutiva, presentándoles uno de mis casos de comunicación de destinos favoritos, esto es referente a la marca Perú, nuestro vecino, yo creo que siguió un proceso estratégico impecable, estudió sus fortalezas, encontró sus diferenciales, entendió a su grupo objetivo, supo dónde estaba, cuáles eran sus motivaciones, diseñó una identidad marcaría memorable, simple, Perú es rojo, punto y nada más y asignó un tono a su comunicación que era coherente con los objetivos de la marca, hace un par de años la agencia de publicidad desarrolló esta estrategia de comunicación que vamos a ver a continuación.

Podríamos ver los primeros cinco minutos y entender cómo se aterriza una estrategia desde la investigación hasta su ejecución, muchísimas gracias.

Ing. Carlos Merizalde, Director General de Cooperación Internacional:

Muchas gracias, como es de su conocimiento el proyecto Geoparque se viene gestando desde el año 2015, ha sido un proceso arduo, es duro, es fuerte y a ratos inclusive no comprendido porque levantar información respecto a los volcanes, a las lagunas, a las cascadas, a las diversidades que tenemos acá en todos los ámbitos, diversidad, etnia, cultural y esto es lo que estamos poniendo de manifiesto, justamente en esta semana última, hemos ido terminando esa fundamentación, hemos presentado en casa Unesco y solamente terminamos con la traducción y esperamos que hasta el próximo lunes o martes terminemos con la traducción para poner ya en conocimiento, el documento finalizado ante el Consejo Provincial, después de eso inmediatamente se manda los digitales a la Unesco París, para que esté registrado como aspirantes Geoparque Mundial Imbabura de esa manera, esa es la primera fase de fundamentación que es obligatoria y después ya de haber sistematizado todos los atributos tal como dice la Unesco y seguramente después ya a la Unesco porque ya han revisado ellos los avances y a ratos, como que ya nos exigen que presentemos la postulación, el próximo año va a ser muy fuerte en cuanto a señalética, paneles informativos, en los parques centrales de cada ciudad, en las parroquias, a los ingresos de las rutas de ingreso, en los centros de atractivo turístico que tenemos acá y diseñar una estrategia para empezar de a poquito a cada una de las parroquias, para que se vayan adhiriendo, hasta este momento en cuestión técnica, científica tenemos un gran respaldo, está con nosotros la Escuela Politécnica Nacional, está el Instituto Nacional de Investigación Minera del Ecuador, está recientemente CELEC, con Termo Pichincha, está con nosotros IDS Ecuador, están las universidades locales y un sin número de entidades inclusive privadas en el entorno de Geoparque Imbabura, entonces yo conversaba con María Fernanda pero aparte de todo eso, el principal requisito para que vaya tomando forma el Geoparque Imbabura, es nuestro propio convencimiento, si es que nosotros mismos no nos convencemos que tenemos el potencial a nuestro alrededor, no va a pasar nada, recién estuvimos en un evento de la Organización Iberoamericana de Municipalidades, ahí se habló de desarrollo sustentable y nos decían, todos los territorios tienen lagunas, todos los territorios tienen montañas, pero hay características especiales, no es suficiente con tener la maravilla que tenemos acá, es necesario que cada uno de nosotros nos empoderemos, nos adentremos y empecemos a construir esta documentación para fortalecer la educación interna de nosotros, ayer en la oficina estuvo el representante de la UNORJAK, Fausto Morales, le hicimos ver todos los documentos mi computadora creo que tiene como 40 carpetas de información y le hacíamos ver que navegábamos en la plataforma por los 11 volcanes de Imbabura y dice pero esto nunca hemos sabido, nunca hemos conocido esto y eso no es de la noche a la mañana, esto es un compendio de toda la información que tiene geofísico, pero justamente es para eso Geoparque, primero para levantar la información, para procesarla, para facilitarla, haciendo que la ciencia esté al alcance nuestro, la ciencia ahí tiene sentido, cuando la ciencia se queda a nivel científico no pasa nada, no transforma nada, pero cuando el conocimiento científico es capaz de llegar donde nosotros, creo que vamos a



GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA

poder avanzar, entonces señor Prefecto, muchísimas gracias por el apoyo y el día de mañana están invitados es el taller ampliado, el evento, la Propiedad Intelectual como herramienta para el fortalecimiento del Turismo y la Cultura, se ha hecho la invitación a todas las juntas parroquiales a través de la Comisión de Turismo, también se espera que hayan invitado a los artesanos, a los hoteleros que nos acompañen.

Yo solamente quiero reiterar el agradecimiento señor Prefecto por el apoyo a este proceso y obviamente tenemos que agradecer muchísimo a la OMPI a través de Marcelo, al IEPI a través de Wilson y de Andrea, a la Consultoría, nosotros no sabíamos valores, absolutamente nada, solo los beneficios, gracias a la orientación y el respaldo del Ministerio de Turismo que han estado desde el comienzo, nos acaban de confirmar señor Prefecto que hay cita la próxima semana el día jueves, cita con el Viceministro de Turismo justamente para respaldar Geoparque Imbabura y para ya definir las formas, muchísimas gracias.

Ab. Pablo Jurado Moreno, Prefecto de Imbabura:

Una buena noticia compañeros, es que la OMPI no nos va a dejar abandonados solamente en esta etapa nos va a seguir acompañando hasta juntos decir, hemos terminado. Gracias, se declara clausurada la sesión.

Al no existir otro punto que tratar, el señor Abg. Pablo Jurado Moreno, Prefecto de Imbabura, da por finalizada la sesión Extraordinaria del Consejo Provincial de Imbabura, siendo las 11h30, firmando para constancia junto al Secretario General que certifica.

Abg. Pablo Jurado Moreno
PREFECTO DE IMBABURA

Dr. Fernando Naranjo Factos
SECRETARIO GENERAL

