

## PROYECTO DE LEY N° \_\_\_\_\_

“Por medio de la cual se crea el sello de la gastronomía local y se dictan otras disposiciones”

### EL CONGRESO DE COLOMBIA DECRETA

#### EXPOSICION DE MOTIVOS

#### **LA GASTRONOMÍA LOCAL EN COLOMBIA.**

Colombia se ha caracterizado por ser un país de regiones, donde en cada una de ellas, se pueden encontrar particularidades históricas que la presentan como uno de los países más diversos en América Latina y el mundo. La gastronomía no es la excepción. La riqueza gastronómica de Colombia proviene de sus pueblos, su clima, las identidades de cada región y sus sistemas productivos.

“En medio de este universo diverso hay expresiones culinarias que sirven como marcas de identidad de grupos humanos y regiones. El Ajiaco de Cundinamarca y Boyacá, la lechona tolimense, el friche de La Guajira, la mamona llanera, el cuy nariñense, el arroz con camarones del Caribe, el sancocho del Valle del Cauca, el tamal de pipián del Cauca, la sopa de mute de Santander (...)”<sup>1</sup>, son algunos de los ejemplos de la variedad gastronómica y cultural que tiene Colombia, como país de regiones.

La necesidad de usar e impulsar la gastronomía local, conlleva a estimular y apoyar la actividad agrícola y por ende a mejorar los atractivos turísticos de cada región del país. Esta necesidad, se convierte en una oportunidad si logramos empoderar a la comunidad, forjar la identidad de las regiones y lograr que las personas que tienen esta labor como sustento de vida, se sientan orgullosas de lo que hacen. Es por lo anterior que estamos llamados a que la gastronomía local se convierta en uno de los atractivos con mayor sostenibilidad y rentabilidad creando vínculos entre las personas, la tierra, la comida y la identidad cultural.

“Una gastronomía pujante significa consumo de productos locales, reducir la dependencia del exterior y avanzar hacia la soberanía alimentaria.”<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Mincultura. Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia. Bogotá, 2014.

<sup>2</sup> Morales, Antonio. Un Impulso a la Gastronomía. [http://www.antoniomorales-blog.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=333:2018-05-18-10-05-46&catid=34:antonio-morales&Itemid=50](http://www.antoniomorales-blog.com/index.php?option=com_content&view=article&id=333:2018-05-18-10-05-46&catid=34:antonio-morales&Itemid=50) . Gran Canaria, España, 2018.

Colombia no es una excepción cuando se habla de revolución en los procesos culinarios y/o gastronómicos, donde es muy importante cumplirle a los clientes sus expectativas teniendo como base la comida tradicional; por eso vemos que en los restaurantes colombianos ha surgido la necesidad de redescubrir y adaptar nuestra cocina tradicional y realizar platos gourmet sin olvidar su significado cultural.

En Colombia, el Ministerio de Cultura a través de la Dirección de Patrimonio en 2012, desarrolló la “Política para el conocimiento, la salvaguardia y el fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia”; esta política tiene como ámbito recoger y reconocer los procesos y tradiciones culturales de cada una de las regiones del país actuando con 5 estrategias:

1. Reconocer, valorar y enseñar el patrimonio de las cocinas y la alimentación tradicional.
2. Salvaguardar el Patrimonio Cultural en riesgo de las cocinas y la alimentación tradicional.
3. Fortalecer la organización y la capacidad de gestión cultural de los portadores de las tradiciones de la alimentación y la cocina.
4. Fomentar el conocimiento y el uso de la biodiversidad con fines alimentarios.
5. Adecuación institucional.<sup>3</sup>

Según la Asociación Colombiana de Industria Gastronómica, ACODRES, esta industria representa el 2,0% del PIB, generando cerca de \$7,5 Billones al año. La industria gastronómica cuenta con alrededor de 400.000 empleos, sin tener en cuenta el *Food Service* que puede tener cerca de un millón de empleos más, y produce unos \$35 Billones al año. Según la DIAN, en Colombia existen más de 65.000 establecimientos registrados, y 22.000 de ellos están en Bogotá. Si se suman los restaurantes de *Food Service*, serían cerca de 400.000 establecimientos en el país. Sin Embargo la informalidad en los establecimientos gastronómicos ronda el 86%.

Según el DANE, el gasto en alimentación fuera del hogar de los colombianos es el tercero después de las bebidas alcohólicas y el tabaco, y el alquiler de vivienda. En 2017, el consumo fuera de casa creció un 6% con respecto al 2016, y los colombianos gastaron más de \$30 billones en alimentos, esto quiere decir que de \$10 gastados, \$6,2 se fueron a la industria gastronómica. El consumo fuera del hogar es tan alto que el 42% de los colombianos almuerza o cena una vez a la

---

<sup>3</sup> <http://www.mincultura.gov.co/areas/patrimonio/patrimonio-cultural-inmaterial/politicas-planey-programas/Paginas/Lista-Representativa-de-Patrimonio-Cultural-Inmaterial-Pol%C3%ADtica-para-el-Conocimiento,-la-salvaguardia-y-el-fomento-de-la.aspx>

semana fuera de casa. En promedio, un colombiano al año gasta \$646.000 en comida fuera de su hogar.

En el país lamentablemente no existe un inventario del patrimonio culinario tradicional. El incentivo que existe para promover los quehaceres culinarios es el Concurso Nacional de Cocina Tradicional del Ministerio de Cultura.

La Superintendencia de Industria y Comercio ha hecho un gran esfuerzo para proteger las Denominaciones de Origen, las cuales se refieren a los nombres de ciertos lugares que tienen reconocimiento porque de ahí provienen productos con características únicas y calidades especiales que le han dado reputación y tienen preferencia entre los consumidores. Esta Denominación de Origen (DO de ahora en adelante) sólo la pueden usar los productos para los que se ha pedido el reconocimiento, y son elaborados y provienen del lugar o zona geográfica determinada.

La SIC ha elaborado un conjunto de requisitos que se necesitan para obtener la protección de la DO; son 4 puntos que la SIC ha exigido a quienes requieran esta protección:

- Demostrar el legítimo interés que les asiste para declarar la protección a la DO.
- El nombre del lugar geográfico sea conocido por los productos especiales.
  - Las características que hacen especiales a los productos como: calidad, reputación, tradición y talento humano.
- El Vínculo entre el lugar geográfico y las calidades, reputación y tradición.

A pesar de lo anterior, no solo basta con tener la protección de la DO. La Denominación de Origen solo puede ser usada por quienes fabrican o producen los productos amparados por ella, en la zona geográfica y con las calidades propias del producto, lo que lo hace más complejo aún.

Para más claridad, algunas de las definiciones son las siguientes:

1. Calidad: son las características propias del producto proveniente de un determinado lugar, lo que diferencia de los demás productos.
2. Reputación: es el reconocimiento público que tienen los productos de las calidades que se mencionan antes.
3. Factores Geográficos: son las condiciones especiales del lugar como el clima o el tipo de suelo, que no dependen del ser humano, pero que si determinan las características especiales del producto.

4. Factores Humanos: son las capacidades, experiencias y conocimientos tradicionales que tiene el ser humano para manejar las condiciones geográficas y hacer provechoso la extracción del producto especial.
5. Lugares Geográficos: son los sitios ubicados en un país, región, municipio o vereda que comparten los mismos factores geográficos y humanos se complementan para fabricar o extraer productos especiales.
6. Marcas de Certificación, Comerciales y colectivas: son las marcas usadas con el fin de certificar la calidad, las características y el conocimiento para posicionarlas en el mercado.
7. Declaración de Protección: es el reconocimiento que hace la SIC como consecuencia de una petición presentada y con el cumplimiento de las condiciones exigidas para obtener la declaración.

Al tener la DO, no se está protegiendo a la gastronomía local, si no a un producto en específico que cumple normas técnicas y de calidad, por lo tanto se requiere una herramienta que certifique y demuestre que el producto que se está consumiendo es elaborado con productos locales.

Por esa razón le apuntamos al Sello de Gastronomía Local que le indicará a los consumidores nacionales y extranjeros, que están adquiriendo un plato elaborado con productos de los cuales se derivan tradiciones y saberes propios de esa zona.

## **EXPERIENCIAS INTERNACIONALES.**

En la actualidad varios países le están dando gran importancia a sus patrimonios culturales, materiales e inmateriales. Pero, sin lugar a dudas, está tomando gran importancia la gastronomía, porque lleva el conocimiento de las tradiciones que se han transmitido de generación en generación como memorias escritas o habladas; ejemplo de ello son los recetarios o libros de recetas caseras que pasaban de generación en generación.

La experiencia internacional de recuperación e impulso a la gastronomía local, se ha hecho de manera articulada entre agricultores, cocineros y consumidores.

## **FRANCIA**

Francia es, quizás, el referente más importante de la gastronomía de alto nivel en el mundo. En el año 2010 se reconoció la Comida Gastronómica de los franceses en la lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. La comida Francesa no solo son conjuntos de recetas tradicionales, si no que converge todo el proceso de elaboración, la cultura, la fiesta alrededor de la comida y la manera de disfrutarlo.

La tradición del arte del buen comer y el buen beber, fue uno de las patrones que tuvo en cuenta la UNESCO para otorgar la declaratoria. El interés de los gastrónomos franceses no es más que conservar el sentido de identidad que supone el acercamiento entre personas y los vínculos de estos con la tierra y la cultura gastronómica del país.

“Francia recibe 84.4 millones de turistas al año y 45.9 millardos de dólares al año en divisas por concepto del turismo. Con 1.17 millones de empleos en la industria, esta contribuye con el 4.2% del empleo total del país. El Ministerio de la Economía francés identificó que alrededor del 13.5% del gasto de los turistas se destina al segmento gastronómico.”<sup>4</sup>

## **PERÚ**

Gracias a su poderosa cocina, Perú ha venido siendo reconocido como potencia gastronómica en los últimos años. La comida de mar que proviene de la identidad de los pescadores artesanales, hoy se ha convertido en una de las principales fuentes de empleo y uno de los pilares en el sector económico del país. El 48% de los peruanos dice sentirse orgulloso de su potencial gastronómico, seguido por Machu Picchu, la Cultura y el arte.

Perú va en el mismo camino que Francia, acaba de abrirse un expediente que trata de la inclusión de la gastronomía peruana a la lista de representativa de Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Como referencia deberíamos tener en cuenta qué pasará con esta declaratoria.

“En 2015 esta industria representó creció hasta el 3,6% del PIB. En términos de empleo el sector del turismo generaba 374.000 empleos directos, lo que representó aproximadamente 2,4% del empleo total en el país, las proyecciones del CMVT indican que para 2025 habrá un aumento de aproximadamente 0,5 puntos porcentuales y esta industria generará 2,9% del empleo total de la economía peruana.”<sup>5</sup>

## **LA FAO EN LA GASTRONOMÍA LOCAL.**

La FAO en el año 2002 habló de una “propuesta de un sello de calidad para promover productos de la pequeña agroindustria rural en América Latina”, donde reconocen que en estos países en especial en las zonas rurales la agroindustria y

---

<sup>4</sup> Mincit. Estudio sobre gastronomía colombiana a nivel nacional e internacional como Producto para potenciar el turismo. Bogotá, agosto 2017.

<sup>5</sup> Mincit. Estudio sobre gastronomía colombiana a nivel nacional e internacional como Producto para potenciar el turismo. Bogotá, agosto 2017.

su vinculación con la gastronomía y o culinaria ofrecen valores diferenciadores de acuerdo al origen y elaboración de las recetas.

Los sellos que se encuentran son:

- “Indicación geográfica: Una Indicación Geográfica (I.G.) es un signo distintivo que identifica un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación u otra característica del mismo sea imputable, fundamentalmente a su origen geográfico.”<sup>6</sup>
- “Denominación de origen: La Denominación de Origen (D.O.) es un signo distintivo que identifica un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación u otra característica del mismo sea imputable, fundamentalmente a su origen geográfico, teniendo en consideración, además, otros factores naturales y humanos que incidan en las caracterización del producto.”<sup>7</sup>
- “Especialidad Tradicional Garantizada: La Especialidad Tradicional Garantizada (ETG) garantiza que el producto que lleva este sello presenta una composición tradicional o está elaborado según un método de producción tradicional.”<sup>8</sup>

## MARCO LEGAL

- **Constitución Política de Colombia de 1991**

Se eleva a nivel constitucional la salvaguardia del patrimonio cultural; se establece como una obligación del Estado y de los particulares proteger las riquezas culturales y naturales de la nación: se reconoce como un fundamento de la nación el respeto y reconocimiento de su diversidad étnica y cultural, y se garantiza el derecho de los colombianos a acceder y disfrutar de su patrimonio cultural.

- **Artículo 65 de la C.P de 1991**

Establece que la producción de alimentos gozará de la especial protección del Estado.

---

<sup>6</sup> <https://www.inapi.cl/sello-de-origen/tipos-de-sello/indicacion-geografica>

<sup>7</sup> <https://www.inapi.cl/sello-de-origen/tipos-de-sello/denominacion-de-origen>

<sup>8</sup> <http://www.fao.org/tempref/docrep/fao/008/ae981s.pdf>

- **Decreto 2941 de 2009**

Sobre salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial (PCI) artículo 8 establece de manera expresa que la Lista representativa de patrimonio cultural inmaterial se podrá integrar con manifestaciones incluidas en doce ámbitos temáticos, entre los cuales se incluye, con el número 11, la cultura culinaria, entendiendo como tal las prácticas tradicionales de transformación, conservación, manejo y consumo de alimentos.

- **Ley 1185 del 2008 y el Decreto 2941 de 2009**

Se entiende por manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial todas las prácticas, usos, representaciones, expresiones, conocimientos, técnicas y espacios culturales que las comunidades y los grupos reconocen como parte integrante de su identidad y memoria colectiva

Las razones que apoyan la compra a proveedores locales, que a posterior, garantizan el impulso a la gastronomía local son:

- Comprar a los proveedores locales potencializa la economía local.
- Se reducen las emisiones de CO<sub>2</sub>, ya que los alimentos no tienen que realizar largos trayectos de miles de kilómetros.
- Los alimentos llegan más frescos al restaurante, y sin necesidad de congelarlos ni de utilizar conservantes para que no se dañen por el camino.
- Se Favorece una alimentación más saludable
- Se elimina la gran intermediación que existe en este sector, evitando que aumenten los precios y que el productor cobre una cantidad injusta por sus productos.

El sello para estos actores de la gastronomía local se convertirá en una herramienta de promoción y diferenciador de calidad e identidad geográfica.

### **PERTINENCIA DEL PROYECTO DE LEY**

Este proyecto de ley busca proteger y salvaguardar la gastronomía y los establecimientos que ofrezcan al público los platos con tradición gastronómica local; por medio de un sello que garantice, demuestre e identifique el origen y la tradición de los alimentos. Específicamente, incentivar al pequeño productor, proteger los productos de la zona geográfica, impulsar los saberes y tradiciones de

cada producto, promover los productos locales y mejorar el entorno medioambiental de la gastronomía, incitando al visitante a consumir los productos locales. El Sello será entregado al plato de comida que cumpla con los requisitos establecidos en la presente ley y al establecimiento local que lo produce.

**MARIA DEL ROSARIO GUERRA DE LA ESPRIELLA**

Senadora

Partido Centro Democrático.

## PROYECTO DE LEY N° \_\_\_\_\_

“Por medio de la cual se crea el sello de la gastronomía local y se dictan otras disposiciones”

### EL CONGRESO DE COLOMBIA DECRETA

**Artículo 1°. Objetivo.** Esta ley tiene como objetivo proteger, impulsar e incentivar la gastronomía local por medio de un sello de calidad que identifique el origen y la tradición de los alimentos y los establecimientos que los producen.

**Artículo 2°. Objetivos específicos.**

- Apoyar a los productores de las materias primas.
- Desarrollar y difundir los saberes a través del conocimiento de nuestros productos gastronómicos tradicionales.
- Incentivar a los visitantes a adquirir productos locales.
- Mejorar el medioambiente y el entorno de los productores y la Salud de los consumidores.
- Crear una red de restaurantes locales que promuevan la gastronomía y los saberes tradicionales.

**Artículo 3°. Sello Gastronómico.** Créese el sello de gastronomía local, el cual diseñará el Ministerio de Cultura, donde se indique el origen y la tradición de los alimentos que lo posean y de los establecimientos que lo producen. El Ministerio de Industria Comercio y Turismo y el Ministerio de Cultura serán los encargados de autorizar la entrega de este sello a los establecimientos que lo soliciten y que cumplan con lo establecido en esta ley.

**Parágrafo.** El Gobierno Nacional, a través de la Superintendencia de Industria y comercio fortalecerá la reglamentación de la Denominación de Origen para los platos de la gastronomía local tradicional.

**Artículo 4°. Requisitos para la obtención del Sello Gastronómico Local.**

1. El plato deberá estar inscrito en el registro de gastronomía local tradicional que para el efecto cree y reglamente el Ministerio de Cultura.
2. Los platos deberán ser elaborados con al menos un 60% de ingredientes regionales, típicos y/o provenientes de la misma zona

3. Los restaurantes para obtener el sello deberán ofrecer a los comensales al menos dos (2) platos que tengan el sello de gastronomía local y que se ofrezcan en forma permanente.
4. Los restaurantes deberán tener una adecuación y dotación que corresponda con la identidad cultural regional.

**Artículo 6°. Difusión y Promoción.** Encárguese al Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones priorizar las estrategias de difusión y promoción de los restaurantes que tengan el Sello Gastronómico Local y los productos que los caracterizan.

**Parágrafo 1.** La promoción de los restaurantes que tengan el sello de Gastronomía Local también se hará en la página web oficial de cada municipio.

**Artículo 7°. Beneficios del Sello de Gastronomía Local.** Los beneficios con los que contarán los restaurantes que posean el Sello de Gastronomía Local serán:

- Una placa distintiva que identifique la obtención del Sello de Gastronomía Local que deberá exponerse en sitio visible.
- Acceso a programas de capacitación y eventos de promoción nacional e internacional organizados por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- Reconocimiento en las guías oficiales de promoción de sitios recomendados para comer por ser restaurantes con el sello gastronómico local.
- Pertenecer a una cadena o ruta gastronómica regional.
- Acceder a líneas de financiamiento que para este propósito diseñe el gobierno nacional, y que permita el mejoramiento de la infraestructura, dotación y capacitación de los restaurantes que tengan el sello de gastronomía local.

**Parágrafo 1.** La ruta Gastronómica Local o Regional será creada por una asociación de restaurantes donde al menos uno de ellos posea el Sello Gastronómico Local.

**Artículo 8°. Auditoria.** El Ministerio de Cultura, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Superintendencia de Industria y Comercio, harán auditorias anuales para verificar que se esté llevando a cabo el proceso de

recuperación y preservación de la identidad cultural y los valores gastronómicos locales.

**Artículo 9°. Vigencia y Derogatoria.** La siguiente ley rige a partir de su promulgación y deroga todas las normas que le sean contrarias.

**MARIA DEL ROSARIO GUERRA DE LA ESPRIELLA**

Senadora

Partido Centro Democrático.