

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

COMISIÓN DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO
PERÍODO ANUAL DE SESIONES 2022-2023



SEÑOR PRESIDENTE:

Ha sido remitido para estudio y dictamen de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, el **Proyecto de Ley N° 2954/2021-CR**, presentado por el Grupo Parlamentario Integridad y Democracia, a iniciativa del congresista Carlos Zeballos Madariaga, con el cual se proponer declarar de interés nacional y necesidad pública el registro de la "Marca Puno" como estrategia de desarrollo sostenible de los productos y servicios de la región Puno".

En la **DÉCIMA SEXTA SESIÓN ORDINARIA** de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, celebrada el **26 de abril de 2023**, virtualmente en la Sala de reuniones de la Plataforma Microsoft Teams, con la dispensa de aprobación del acta para ejecutar los acuerdos; se acordó por **UNANIMIDAD** de los presentes, aprobar el dictamen recaído en el citado proyecto legislativo. Con el voto favorable de los señores congresistas: Nivardo Edgar Tello Montes, Carlos Enrique Alva Rojas, María Grimaneza Acuña Peralta, Luis Ángel Aragón Carreño, Ernesto Bustamante Donayre, María del Pilar Cordero Jon Tay, José Enrique Jeri Oré, Javier Padilla Romero, César Manuel Revilla Villanueva, Jhakeline Katy Ugarte Mamani, Jorge Arturo Zeballos Aponte y Raúl Huamán Coronado (por el congresista Juan Carlos Lizarzaburu Lizarzaburu); con el voto de abstención 0; y el voto en contra 0.

Presentaron licencia los señores congresistas María Antonieta Agüero Gutiérrez, Nieves Esmeralda Limache Quispe y Roberto Sánchez Palomino.

I. SITUACIÓN PROCESAL.

1. Antecedentes:

El **Proyecto de Ley N° 2954/2021-CR**, ingresó al área de Trámite Documentario de Congreso de la República el 02 de setiembre de 2022, siendo decretado a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos como Comisión Principal y a la Comisión de Comercio Exterior y Turismo como segunda Comisión Dictaminadora, el 07 de setiembre de 2022.

La iniciativa legislativa presentada cumple con los requisitos generales y específicos señalados en los artículos 75, 76 – numeral 2) y 77 del Reglamento del Congreso de la República. Además, se encuentra dentro del plazo establecido en el artículo 77 del mismo Reglamento para expedir el dictamen correspondiente.



DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

2. Problema que se pretende resolver con la propuesta legislativa

La propuesta tiene por objeto declarar de interés nacional y necesidad pública el registro de la "Marca Puno", como estrategia de desarrollo para la identificación de los productos y servicios que se pretende distinguir en el mercado de manera exclusiva a nivel nacional e internacional, dada la importancia del patrimonio cultural, histórico y natural de la región Puno.

El proyecto plantea establecer que sea el Poder Ejecutivo a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con el Gobierno Regional, quienes deberán priorizar las acciones necesarias para el registro del signo distintivo ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI.

Se plantea la aprobación de dicha iniciativa legislativa, en mérito a las consideraciones expuestas sobre la coyuntura actual, a la riqueza cultural con la que cuenta la región de Puno y a la importancia de la actividad turística para la mejora de la economía de la población de Puno.

3. Opiniones solicitadas:

La Comisión de Comercio Exterior y Turismo, cursó los siguientes pedidos de opinión mediante los siguientes oficios:

- Oficios N° 051–PO/2021-2022– CCET/CR, del 28 de setiembre del 2022, remitido al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- Oficio N° 052-PO/2021-2022-CCET/CR, del 20 de noviembre, remitido a la Asamblea Nacional de Gobiernos Regionales.
- Oficio N° 053–PO/2021-2022–CCET/CR, del 20 de setiembre, remitido al Gobernador Regional de Puno.
- Oficio N° 054–PO/2021-2022–CCET/CR, del 20 de setiembre, remitido al Presidente del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.
- Oficio N° 055–PO/2021-2022–CCET/CR, del 20 de setiembre, remitido al alcalde provincial de Puno.

4. Opiniones Recibidas

A la fecha de elaboración del presente dictamen, se han recibido las respuestas de las siguientes instituciones:

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

Mediante Oficio N° 45-2023-MINCETUR/DM del 13 de enero de 2023, Luis Helguero Gonzáles, Ministro de Comercio Exterior y Turismo remite el Informe N° 0147-2022-MINCETUR/SG/AJ-RBC, de la Oficina General de Asesoría Jurídica del Ministerio de que contiene la opinión solicitada a dicha entidad, en la que concluye lo siguiente:

*"3.3.7 En el presente caso, el Proyecto de Ley tiene por objeto declarar de interés nacional y necesidad pública el registro de la marca "Puno", como estrategia de desarrollo para identificar los productos y servicios que se pretenden distinguir en el mercado de manera exclusiva a nivel nacional e internacional, dada la importancia del patrimonio cultural, histórico y natural de la Región Puno, esto es, sobre materias que recaen en el ámbito de competencia de otro sector, que inclusive es mencionado de manera expresa en el artículo 2 del mismo proyecto (INDECOP) y, **por tanto, el MINCETUR carece de competencia para emitir la opinión solicitada***

3.3.8 Por su parte, mediante el Informe N° 000598-2022-PROMPERÚ/GG-OAJ de la Oficina de Asesoría Jurídica, PROMPERÚ, ha señalado en el numeral 3.10 que según las opiniones técnicas vertidas por la Dirección de Promoción de las Exportaciones (DX) y la Oficina de Estrategia e Imagen País (OEIM), se tiene que ambos órganos de la citada Entidad son de la opinión que son incompetentes para emitir opinión sobre el proyecto de ley bajo consideración, recomendando la OEIM que corresponde al INDECOP emitir opinión sobre el particular. (...)".

II. CONTENIDO DE LA PROPUESTA.

El **Proyecto de Ley N° 2954/2022-CR**, propone un texto legal con el título "Ley que declara de interés nacional y necesidad pública el registro de la "Marca Puno" como estrategia de desarrollo sostenible de los productos y servicios de la región Puno".

Contiene dos (02) artículos, y una disposición complementaria final, de acuerdo con el siguiente detalle:

El primer artículo está referido a la declaración de necesidad nacional e interés público del registro de la "Marco Puno", como estrategia de desarrollo para identificar los productos y servicios distintivos de la región en el mercado nacional e internacional, dada la importancia del patrimonio cultural, histórico y natural del departamento de Puno.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

El artículo segundo, propone encargar al Poder Ejecutivo, a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y en coordinación con el Gobierno Regional de Puno, que priorice las acciones necesarias para el registro del signo distintivo, constituido por la denominación denominativa y la denominación figurativa, ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI, con la finalidad de fortalecer el desarrollo económico regional, la actividad del comercio exterior, el turismo y la artesanía del departamento de Puno.

III. MARCO NORMATIVO.

- A. Constitución Política del Perú de 1993.
- B. Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.
- C. Ley N° 29408, Ley General de Turismo.
- D. Decreto Supremo 003-2010-MINCETUR, Reglamento de la Ley 29408, Ley General de Turismo.
- E. Ley 30641, Ley que fomenta la exportación de servicios y el turismo.
- F. Decreto de Urgencia 076-2020 que dicta medidas complementarias destinadas al financiamiento de la micro y pequeña empresa del Sector Turismo para la reducción del impacto del Covid-19.
- G. Decreto Supremo 05-2002-MINCETUR, Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, aprobado por y Modificatorias.

IV. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA LEGISLATIVA.

1. Aspectos Generales de la Región

1.1. Ubicación geográfica

El departamento de Puno está ubicado al extremo sur este del Perú, entre 13°00'00" y 17°17'30" de latitud sur y los 71°06'57" y 68°48'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich; cuenta con una extensión territorial de 71 999,0 km² (6,0 por ciento del territorio nacional) siendo el quinto departamento más grande en el ámbito nacional. Limita por el norte con la región Madre de Dios, por el este con Bolivia, por el sur con el departamento de Tacna y Bolivia y por el oeste con los departamentos de Moquegua, Arequipa y Cusco.

El territorio puneño comprende 43 886,36 km² de sierra (61,0 por ciento) y 23 101,86 km² de zona de selva (32,1 por ciento), 14,5 km² de superficie insular (0,02 por ciento) y 4 996,28 km² (6,9 por ciento) que corresponden a la parte peruana del lago Titicaca. La región abarca un perímetro fronterizo de 1 108 km, que representa el

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

11,0 por ciento de línea de frontera del Perú.

Puno está subdividida en 13 provincias y 110 distritos, distribuidos de la siguiente manera:

1. Puno (15 distritos)
2. Azángaro (15 distritos)
3. Carabaya (10 distritos)
4. Chucuito (07 distritos)
5. El Collao (5 distritos)
6. Huancané (8 distritos)
7. Lampa (10 distritos)
8. Melgar (09 distritos)
9. Moho (04 distritos)
10. San Antonio de Putina (5 distritos)
11. San Román (5 distritos)
12. Sandia (10 distritos)
13. Yunguyo (7 distritos)

Puno tiene una historia originaria y milenaria, de culturas preincas: Pukara, Tiahuanaco, Lupaca entre otros; Inca, cuyas manifestaciones aún se mantienen vivas, muchas ubicadas alrededor del Lago Titicaca, tiene majestuosos paisajes, islas y playas que ofrece el Lago Titicaca, la inmensa biodiversidad de la selva Puneña, las chullpas enigmáticas de Sillustani, la arquitectura colonial en templos, casonas, balcones que datan del siglo XVI en Lampa, Juli, Puno, atractivos que hacen un potencial turístico de nivel internacional.¹

En la actualidad hay iniciativa política nacional, regional y local de reconocer al turismo como un sector prioritario de desarrollo, debido al importante crecimiento que viene manifestando durante los últimos años; demostrando un aporte económico significativo con la generación de divisas y el empleo nacional, regional y local, mejorando la calidad de vida de las comunidades y generando el empleo en forma

descentralizada. Por ello, es necesario alcanzar la sostenibilidad y competitividad de la actividad turística del Perú a nivel mundial propiciando nuevos destinos.²

1.2. Actividad Productiva

Económicamente, Puno es la décima región más importante del país. La región concentra el 4,5% de la población, el 2,3% de la producción y el 4,1% de las exportaciones nacionales. La participación de Puno en las exportaciones del país ha

¹ Reporte Regional de Comercio Puno 2017

² Cayo Velásquez, Noemí y Apaza Tarqui, Alejandro. Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

venido creciendo en los últimos años debido al dinamismo del negocio aurífero. Pese a ello, Puno presenta tasas de pobreza más altas que el país.³

La economía de Puno está basada principalmente en las actividades agropecuarias y extracción de minerales. En 2016, la economía de Puno creció 6,3%, debido al dinamismo de la minería, que aumentó más de 40%. Luego, en el primer semestre 2017, el PBI agrícola creció más de 6% por el impulso de la quinua y papa, mientras que la minería no experimentó mayor cambio.

La importancia de Puno en el contexto nacional se evidencia en el caso de la carne y fibra de alpaca, con una participación de 46,9 y 61,6 por ciento, respectivamente; otros productos relevantes son la lana de ovino, carne de ovino y carne de vacuno representando el 40,7, 26,5 y 11,5 por ciento del total nacional, respectivamente.

Además, merecen especial atención los derivados lácteos, debido al dinamismo de las cuencas lecheras de los distritos de Mañazo, Acora y Asillo, aunándose a los ya consolidados Azángaro, Melgar y Taraco⁴.

Los cultivos más importantes en la región, tomando en cuenta el Valor Bruto de Producción (VBP) de 2020 a precios de 2007, fueron: papa (33,6 por ciento), avena forrajera (23,3 por ciento), alfalfa (17,1 por ciento), quinua (4,2 por ciento), cebada forrajera (4,0 por ciento) y café (3,4 por ciento); mientras que, considerando el área sembrada en la campaña 2020-2021, fueron: avena forrajera (28,6 por ciento), papa (23,1 por ciento), quinua (13,7 por ciento), cebada grano (8,9 por ciento), cebada forrajera (5,4 por ciento) y habas (3,9 por ciento).⁵

El Gobierno Regional a través de la DIRCETUR Puno, ha elaborado un documento de promoción comercial denominado "Catálogo de Oferta Exportable Puno*", con la finalidad de identificar nuevos nichos de mercado, y consolidar los productos de la región con potencialidad para la exportación del sector agropecuario, minero y turismo, debido a la importante contribución de la región en las exportaciones del país.

Los principales productos que conforman la oferta exportable regional, están constituidos por productos que cuentan con la demanda del mercado exterior: Quinua, Cañihua, Café, Habas, Textil Confecciones en base a la fibra de alpaca, Trucha en sus diferentes presentaciones; Minería (estaño) Joyería de Oro y Plata; Turismo convencional y el Turismo Rural Comunitario, con sus principales atractivos

³ Ibidem.

⁴ Departamento de Estudios Económicos Sucursal Puno del Banco Central de Reservas del Perú, Participaron en la elaboración de este documento Luis Arpi Quilca, Liseth Condori Fernández y Elizabeth Quispe Álvarez

⁵ DIRCETUR Puno

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

turísticos: Lago Titicaca con sus Islas de Taquile, Amantani y las Islas Flotantes de los Uros; el Folklore con su diversidad de danzas autóctonas y traje de luces que se manifiestan en sus fiestas patronales y finalmente la gastronomía de Platos Típicos y de Gourmet (Novo Andino). En el rubro no tradicional, destacan las exportaciones agropecuarias. Puno es la mayor exportadora de quinua y de lana sucia de la macro región sur. Además, destacan los envíos de pelo fino de alpaca y harina de maca.⁶

1.3. Concepto de "marca turística"

Kapferer⁷, define a la marca turística como *"la representación e identificativo turístico que posee un entorno o región con varios componentes artísticos naturales/culturales incluyentes y cuya principal característica está en proveer de servicios de excelente calidad a los demandantes del sector"*.

Una marca es un prototipo, símbolo o diseño, creado por una entidad u organización, la misma que posee la capacidad de persuadir e inducir al cliente o consumidor, sobre los usos o beneficios de sus servicios o bienes.⁸

La marca es una red de elementos instalados en la memoria de largo plazo. El núcleo que da sentido a esa red procede del nombre que se le asigna a la marca, que está vinculado a otros conocimientos y significados.

En el mundo del turismo o de los negocios siempre se menciona el término *imagen de marca*, definición que se encuentra relacionada al conjunto de actividades que desarrollan instituciones o empresas en comunicación y relación con turistas o clientes e integralmente asociada a valores y percepciones.

Según lo establece Keller⁹, se denomina imagen de una marca turística a la red de memoria asociativa basada en las percepciones de los consumidores.

Sobre el particular, debe tenerse en cuenta, la necesidad de diseñar una información que permita influir en la mente de los consumidores para que las percepciones que

tengas sobre los productos y servicios, con la finalidad de obtener una imagen positivo y fácil de identificar a simple vista, trasladándolos imaginariamente a los beneficios que esta brinda y represente. La consecución de los objetivos empresariales, a este proceso se le llama *Branding*.

⁶ DIRCETUR Puno

⁷ Kapferer. (1994). *La Marca, Capital de la Empresa*. Barcelona : EDSA .

⁸ Nunez, G. (2016). *Creación y diseño de una marca turística en el cantón La libertad*. La Libertad: UPSE.

⁹ Keller, J. (2008). *Administración estratégica de marca branding*. México : Pearson.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

Importancia de la imagen de la marca turística

Las personas toman decisiones de compra en función de una serie de elementos que tienen que ver con el producto en sí, con la imagen de ese producto, elementos que perciben a través de los sentidos. Pero eso solo es la mitad de los elementos que nos ayudan a tomar esa decisión. La otra mitad está en nuestra cabeza y la conforman aquellas creencias, opiniones y experiencias que hemos recibido o vivido y que, de alguna forma, tienen que ver con el producto que tenemos delante de los ojos. La importancia de la marca radica en su capacidad de sintetizar en elementos tangibles sentimientos y experiencias que son intangibles.

La importancia de la marca radica en su capacidad para vender más y mejor. Los productos, las empresas, son elementos que se representan con una marca para poder ser identificados y recordados entre las diferentes opciones. Una marca sonora y memorable permitirá el desarrollo del negocio, su crecimiento y su continuidad. Una buena marca es aquella que evoca una emoción y nos ayuda a tomar una decisión de compra.¹⁰

La influencia de una marca en los clientes es clave para la captación de estos. Para el posicionamiento de un destino turístico es necesario crear una **imagen de marca que fortalezca los valores** de este.¹¹

En el transcurrir de los últimos años la actividad turística ha experimentado algunos cambios relacionados por el entorno en que se desenvuelve, presentando características como la creciente competencia turística a nivel global, modificaciones en los hábitos o preferencias de los turistas, consumidores cada vez más exigentes referente a la calidad de los servicios que se ofertan en los destinos y por ende abarca sus necesidades.¹²

Las marcas relacionadas con el turismo cumplen una función económica y social muy importante, ya que forman parte de la imagen y buen nombre de los destinos turísticos alrededor del mundo, cumpliendo con la función de poder de atracción hacia el destino en sí, generando de esta manera beneficios a los prestadores de

servicios (alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, etc.) que se encuentran involucrados en la enorme cadena productiva del sector turismo.

¹⁰ PuroMarketing – La importancia de la marca en el Desarrollo del negocio, el poder del Branding para atraer y seducir a los clientes.

¹¹ La importancia de crear una imagen de marca turística para el posicionamiento de los destinos turísticos - <https://artabriturismo.com/2021/10/07/la-importancia-de-crear-una-imagen-de-marca-turistica-para-el-posicionamiento-de-los-destinos-turisticos/>

¹² INNOVTUR. <https://www.innovtur.com/branding-de-destinos-la-importancia-de-crear-una-marca-turistica/>

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

La marca turística como estrategia competitiva para el desarrollo de un destino

Es un hecho irrefutable, que hoy en día las marcas constituyen el activo más importante de una empresa o región. Por lo tanto, la importancia de las marcas turísticas radica en el desarrollo de los negocios, o del recurso potencial turístico del destino, constituyéndose como un aspecto privilegiado del entorno.¹³

Una marca turística a nivel externo tiene el poder de instigar a enormes masas turísticas alrededor del mundo, por eso es fundamental que tanto el sector público como privado se interrelacionen en políticas de promoción estratégicas de la zona o localidad, generando de esta forma la conjunción de aspiraciones turísticas.¹⁴

En conclusión, una marca turística bien empleada y utilizada en un destino, cumple con el propósito de crecimiento, desarrollo y posicionamiento.

1.4. Avances en la creación y registro de la Marca Puno

Para ello, y con la finalidad de impulsar la creación de la Marca Regional de Puno, se conformó una Comité de Gestión de Trabajo para el proceso de la creación de la Marca Región Puno, el mismo que se encuentra conformado por diferentes autoridades, entre las que se encuentran el Director de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR, Hitler Colque Ramos, el Congresista de la República electo por la región Puno, Carlos Javier Zeballos Madariaga, el Presidente de la Mesa Quinua, Eusebio Chura, el Presidente de la Cámara de Comercio y Producción Puno, Edwin Salazar, el Vicepresidente de la Cámara de Transporte, y el Presidente de la Asociación de restaurantes y afines ARTYSA.¹⁵

El conversatorio contó con la asistencia de PROMPERU, mediante la coordinadora de Gestión de Marca, con el único objetivo de implementar un distintivo que represente diferentes aspectos de la región Puno, principalmente en el sector turismo, pero también para impulsar el proceso de la reactivación económica, destacando la necesidad de contar con una marca, como signo distintivo para hacer únicos los productos y servicios de la región.

Como parte del proceso de creación se llevó a cabo un concurso denominado "*representación gráfica de la Marca Puno*", organizado por el Congresista Carlos Javier Zeballos Madariaga, autor del proyecto dictaminado, y cuyo resultado se tiene ya un diseño tentativo del símbolo representativo de la marca "Puno"

¹³ Nunez, Op. Cit.

¹⁴ Hendricks. (2008). Importancia de la Marca Turística. *Gente*.

¹⁵ <https://www.gob.pe/institucion/regionpuno/noticias/495580-conforman-comite-de-gestion-para-la-creacion-de-la-marca-region-puno>

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

V. ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO.

El proyecto de ley propuesto no compromete ningún tipo de gasto al erario nacional y tampoco vulnera las reglas, disposiciones y políticas de disciplina fiscal presupuestaria; por el contrario, busca crear un espacio atractivo para la inversión nacional y extranjera, en el departamento de Puno, y a la vez consolidar los productos y servicios del departamento generando fuentes de empleo e innovación, y que además contribuyan a dinamizar el comercio internacional.

En el caso de la disposición complementaria, el encargo de las acciones de coordinación al Poder Ejecutivo y al Gobierno Regional, no implican ningún gasto; ya que estas acciones deben coordinarse con cargo a su presupuesto.

VI. IMPACTO Y EFECTO SOBRE LA LEGISLACIÓN VIGENTE

La aprobación de la iniciativa legislativa no contraviene ninguna disposición legal de nuestro ordenamiento jurídico, sino que, se encuentra acorde los lineamientos constitucionales y demás normas vigentes.

La aprobación de esta norma conllevará la adopción de acciones necesarias por parte del Poder Ejecutivo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, que conllevarán a mejorar la economía, industria, minería, agro y otras actividades que incidirán en la situación socio económica de los pobladores.

VII. CONCLUSIÓN

Por lo expuesto, de conformidad con lo establecido por el literal b) del artículo 70° del Reglamento del Congreso de la República, se recomienda la aprobación del Proyecto de Ley 2954/2021-CR, con el siguiente texto sustitutorio:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA
Ha dado la Ley siguiente:

LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO

Artículo único. Declaración de interés nacional

Se declara de interés nacional la creación y el registro de la "Marca Puno", con la finalidad de identificar los productos y servicios oriundos del departamento de Puno que puedan ser distinguidos, de manera exclusiva, en los mercados nacional e internacional.

DICTAMEN REGAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. Acciones a cargo de las entidades competentes

En el marco de la declaratoria de interés nacional establecido en el artículo único, y en caso de ejecutarse el objeto de dicha declaración, el Poder Ejecutivo a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú) del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en coordinación con el Gobierno Regional de Puno, priorizaría las acciones necesarias para el registro del signo distintivo ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), con la finalidad de fortalecer el desarrollo económico, la actividad del comercio exterior, el turismo y la artesanía en el departamento de Puno.

Dese cuenta
Sala de Comisiones
Lima, abril de 2023



Firmado digitalmente por:
CORDERO JON TAY Maria Del
Pilar FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 23/05/2023 16:56:41-0500



Firmado digitalmente por:
UGARTE MAMANI Jhakeline
Katy FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 23/05/2023 17:03:40-0500



Firmado digitalmente por:
REVILLA VILLANUEVA CESAR
MANUEL FIR 44275599 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 23/05/2023 17:01:23-0500



Firmado digitalmente por:
ARAGON CARREÑO Luis Angel
FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 22/05/2023 17:43:49-0500



Firmado digitalmente por:
TELLO MONTES Nivardo
Edgar FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 22/05/2023 09:24:51-0500



Firmado digitalmente por:
PADILLA ROMERO Javier
Rommel FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 22/05/2023 14:32:51-0500



Firmado digitalmente por:
HUAMAN CORONADO Raul FAU
20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 22/05/2023 17:23:25-0500



Firmado digitalmente por:
ZEBALLOS APONTE Jorge
Arturo FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 22/05/2023 14:40:44-0500



Firmado digitalmente por:
ACUÑA PERALTA Maria
Grimaneza FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 23/05/2023 16:24:55-0500

"Decenio de la Igualdad entre Mujeres y Hombres"
"Año de la Unidad, la Paz y el Desarrollo"

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY N° 2954/2022-CR QUE, CON TEXTO SUSTITUTORIO PROPONE LA "LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE PUNO".



Firmado digitalmente por:
BUSTAMANTE DONAYRE Carlos
Ernesto FAU 20161749126 soft
Motivo: En señal de
conformidad
Fecha: 23/05/2023 18:35:02-0500



Firmado digitalmente por:
JERI ORE Jose Enrique FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 23/05/2023 18:02:08-0500



Firmado digitalmente por:
ALVA ROJAS Carlos Enrique
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 23/05/2023 17:47:02-0500



Firmado digitalmente por:
AGÜERO GUTIERREZ Maria
Antonieta FAU 20161749126 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 25/05/2023 09:52:54-0500