CONGRESO DE LA REPÚBLICA
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
04 JUN. 2024
RECIBIDO
Firma: Hora: 4:15pm

PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL Y DE NECESIDAD PÚBLICA RECONOCER EL 14 DE NOVIEMBRE DE CADA AÑO COMO EL DÍA NACIONAL DE LA PAPA A LA HUANCAÍNA

El Congresista de la República **Ilich Fredy López Ureña**, ejerciendo el derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Estado y de conformidad con lo establecido en los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, presenta el siguiente:

PROYECTO DE LEY

El Congreso de la República
Ha dado la siguiente Ley:

FÓRMULA LEGAL

PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL Y DE NECESIDAD PÚBLICA RECONOCER EL 14 DE NOVIEMBRE DE CADA AÑO COMO EL DÍA NACIONAL DE LA PAPA A LA HUANCAÍNA

Artículo 1. – Objeto de la ley
La presente iniciativa legislativa tiene por objeto declarar de interés nacional y de necesidad pública reconocer el 14 de noviembre de cada año como el día nacional de la papa a la huancaína; de esa manera, busca oficializar y destacar la importancia cultural y gastronómica que tiene este plato típico peruano a nivel nacional.

Artículo 2. – Finalidad de la ley
La presente iniciativa legislativa tiene por la finalidad:

a) Preservar y reivindicar la identidad cultural peruana asociada a la papa a la huancaína; y, fomentar un consumo sostenible y responsable de este plato típico.

b) Impulsar la promoción y divulgación de la gastronomía peruana a nivel global, así como estimular el consumo internacional de los ingredientes utilizados en la preparación de los platos tradicionales, con el fin de promover la exportación de dichos insumos.

Artículo 3. – Declaración de interés nacional y necesidad pública

Declárese de interés nacional y necesidad pública reconocer el 14 de noviembre de cada año como el día nacional de la papa a la huancaína.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

Primera. – Autoridades competentes

Encárguese al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), en coordinación el Gobierno Regional Junin y los Gobiernos Locales de Junin, conforme a sus competencias tomen las acciones correspondientes para el cumplimiento de la presente ley.

Segunda. – Vigencia de la ley

La presente ley entrará en vigor a partir de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano"

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por:
LOPEZ UREÑA ILICH FREDY
FIR 42834886 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 04/06/2024 15:45:36-0500

ILICH FREDY LÓPEZ UREÑA
CONGRESISTA DE LA REPÚBLICA

Lima, 22 de mayo de 2024

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

1.1. Antecedentes:

La papa a la huancaína es un plato típico peruano con una larga trayectoria, pero que no cuenta con un día oficial a nivel nacional para su reconocimiento. Existe el deseo del pueblo huancaíno de que este plato sea oficialmente reconocido y tenga un día especial para ser degustado a nivel nacional.

Los ingredientes de la papa a la huancaína son productos agrícolas y ganaderos que requieren mayor potenciación tanto a nivel nacional como internacional. La pandemia ha generado una baja en el consumo y exportación de la papa, afectando a este sector. La Municipalidad Provincial de Huancayo realizó desde el año 2008 la preparación y degustación de la papa a la huancaína más grande del mundo en fechas indistintas.

En ese sentido, se propone enmarcar esta actividad dentro del mes de aniversario de la Provincia de Huancayo, lo cual permitirá reactivar el movimiento económico y turístico que se vio reducido durante la pandemia, ***(ver tabla N°1)***

Tabla N°1 – Pirámide socioeconómica 2015

Año	Cantidad de platos repartidos	Turistas recepcionados (nacionales y extranjeros)
2008	9,000	500
2009	8,000	300
2010	6,000	300
2011	5,000	200
2012	5,000	150
2019	4,000	200
2021	900	50

Fuente: Municipalidad Provincial de Huancayo

La papa a la huancaína, es un plato con gran acogida popular. La papa a la huancaína es un icono de la cultura culinaria huanca, ha trascendido las fronteras regionales e internacionales. Dada su relevancia ciudadanos, restaurantes, ganaderos y agricultores de la Provincia de Huncayo, solicitan declarar el 14 de noviembre como el día nacional de la papa a la huancaína, a fin de fomentar su difusión y valorización a nivel nacional e internacional.

1.2. Origen de la papa a la huacaína:

La primera y más divulgada, sitúa sus orígenes en la construcción del Ferrocarril Central, que conectaba Lima y Huancayo. Durante esta obra, los trabajadores andinos, en su mayoría de Huancayo, abrían el camino a más de 2,000 metros de altitud, soportando jornadas extenuantes. Se cuenta que las esposas, madres y hermanas de estos trabajadores acompañaban a los hombres y se encargaban de la preparación de los alimentos. En este contexto, una cocinera huancaína habría creado una sabrosa salsa de rocoto y queso para acompañar las papas del Valle del Mantaro, ganándose el apodo de "la huancaína" y dando origen al plato conocido como "papa a la huancaína".

La segunda versión, narrada por el escritor Jorge Stambury, sostiene que se ofrecía originalmente en las estaciones del Ferrocarril Central, siendo una comida ligera de papas bañadas en una deliciosa salsa de ajíes y queso, conocida como "papas que se comen rumbo a Huancayo", evolución que derivó en el nombre actual.

Se debe considerar que, ambas versiones coinciden en que la papa a la huancaína es un icono de la cultura gastronómica huanca, cuya preparación y tradición ha trascendido las fronteras regionales e incluso nacionales, convirtiéndose en uno de los platos más representativos de la cocina peruana.

1.3. Exportación histórica de la papa a la huancaína

El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI) ha informado que las exportaciones de papa peruana se han incrementado significativamente en los últimos años, a pesar de que, la pandemia del COVID-19 impacto duramente la economía. En el año 2019, se exportaron 815 toneladas de papas procesadas, mientras que en 2020, durante la pandemia, las exportaciones alcanzaron las 17,160 toneladas. No obstante, para 2021, se estima que las exportaciones llegarán a las 18,000 toneladas.

La demanda por la papa peruana está creciendo principalmente en su presentación procesada, precocida y congelada, especialmente en el mercado estadounidense. Por otro lado, en Europa se prefiere la papa peruana nativa y procesada para la elaboración de chips. Asimismo, Bolivia se ha convertido en uno de los principales compradores de papa fresca peruana, cubriendo parcialmente una demanda total de 1.2 millones de toneladas.

Además de la papa fresca, destaca la exportación de la tunta, una papa procesada y deshidratada a bajas temperaturas, que es muy apreciada en Bolivia y utilizada en diversos platos como sopas y guisos. En los últimos años, también se ha procesado vodka a base de papas nativas de Huancavelica, el cual ha tenido mucho éxito en los mercados de Estados Unidos.

Gracias al Centro Internacional de la Papa (CIP)[1], se han identificado alrededor de setenta (70) variedades de papas nativas aptas para la fritura, las cuales han sido inscritas en el Registro de Cultivares Comerciales. Las más demandadas son las de pulpa de color amarillo, rojo, morado y azul, muy solicitadas por las empresas que elaboran papas fritas como snacks para exportación. Estas papas son cultivadas principalmente en el departamento de Junín, provincia de Huancayo, en los distritos de Marca valle.

[1] https://cipotato.org/publications/catalogo-de-variedades-de-papa-nativa-del-sureste-del-departamento-de-junin-peru/

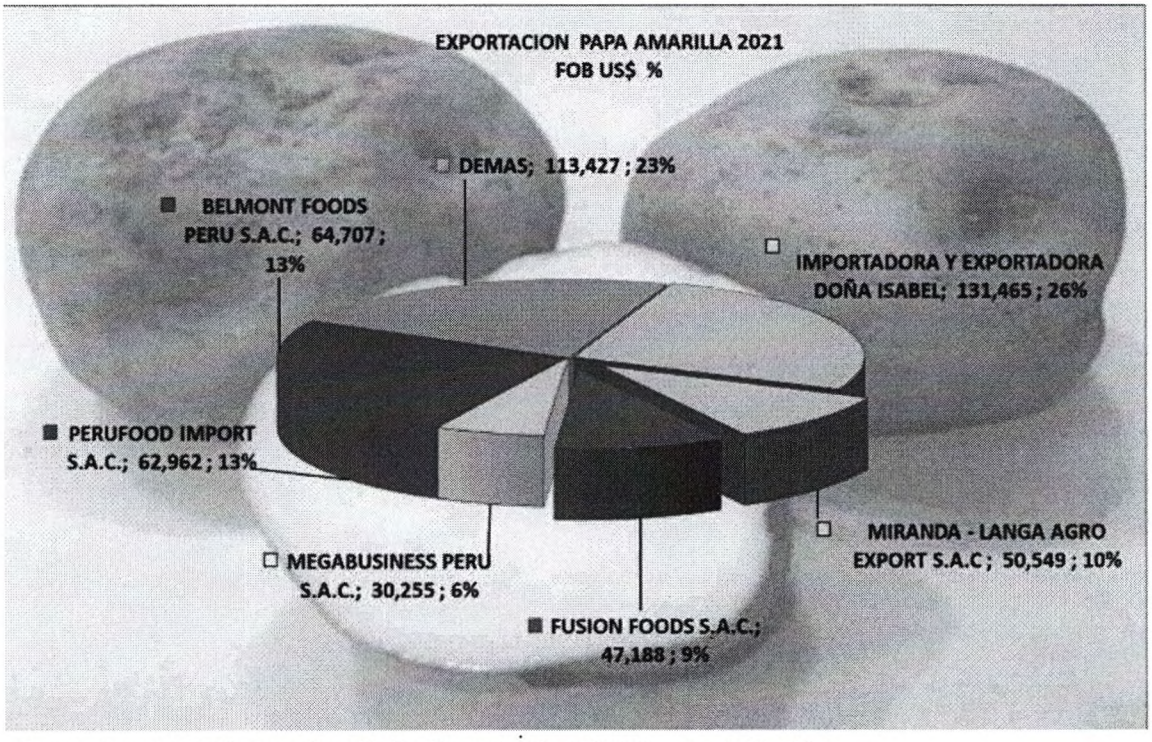
Por lo que, las exportaciones de papas peruanas, tanto en su presentación fresca como procesada, han experimentado un notable crecimiento en los últimos años, impulsadas por la mayor demanda de los mercados internacionales. Esto ha llevado a la diversificación de los productos derivados de la papa, como la tunta y el vodka, los cuales también han ganado reconocimiento y aceptación en el mercado exterior.

Al respecto, sobre las inversiones, se estima que la superficie total dedicada al cultivo de papas nativas a nivel nacional en Perú alcanza las 68,000 hectáreas. El costo de producción por hectárea es, en promedio, de 7,000 soles. Esto implica que los productores, especialmente las organizaciones empresariales y cooperativas, invierten alrededor de 476 millones de soles en cada campaña agrícola.

Las papas nativas tienen más de 7,000 años de antigüedad y existen diversas variedades, como Huayro, Huamantanga, Camotillo, Ceccorani, Peruanita, entre otras. La última campaña agrícola de papas nativas se llevó a cabo entre agosto de 2020 y julio de 2021, periodo en el que los productores realizan las inversiones correspondientes a la preparación del terreno, siembra, mantenimiento del cultivo, cosecha y post-cosecha.

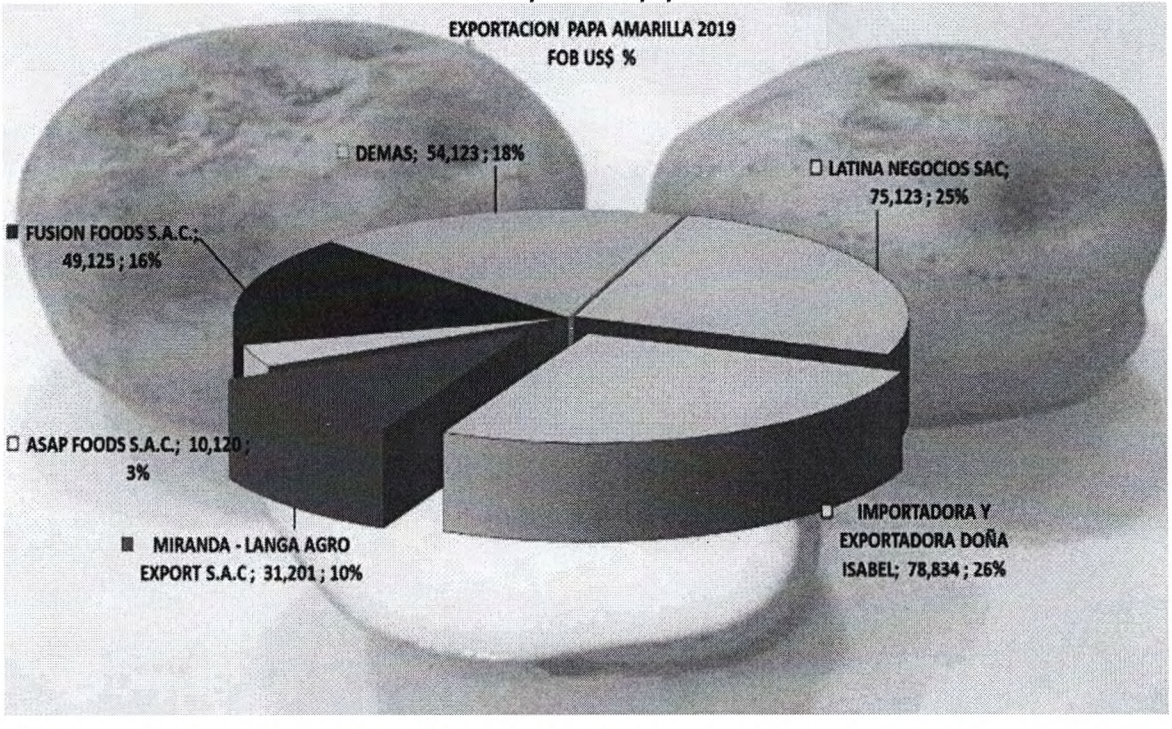
Tradicionalmente, las papas nativas fueron la base de la alimentación de autoconsumo en las comunidades altoandinas del Perú. Sin embargo, a partir del 2008, año del Año Internacional de la Papa, su demanda se ha incrementado significativamente, debido al auge gastronómico en el país. Actualmente, aproximadamente 150,000 productores de la Agricultura Familiar dependen de la producción de papas nativas, las cuales se destacan por ser inocuas, más sanas, naturales y nutritivas, pudiendo consumirse con cáscara ***(ver gráficos N°1 y N°2)***

Gráfico N°1 – Exportación papa amarilla 2021



Fuente: AgrodataPerú - Papa Amarilla Perú Exportación 2019 Julio, agosto 31, 2019

Gráfico N°2 – Exportación papa amarilla 2019



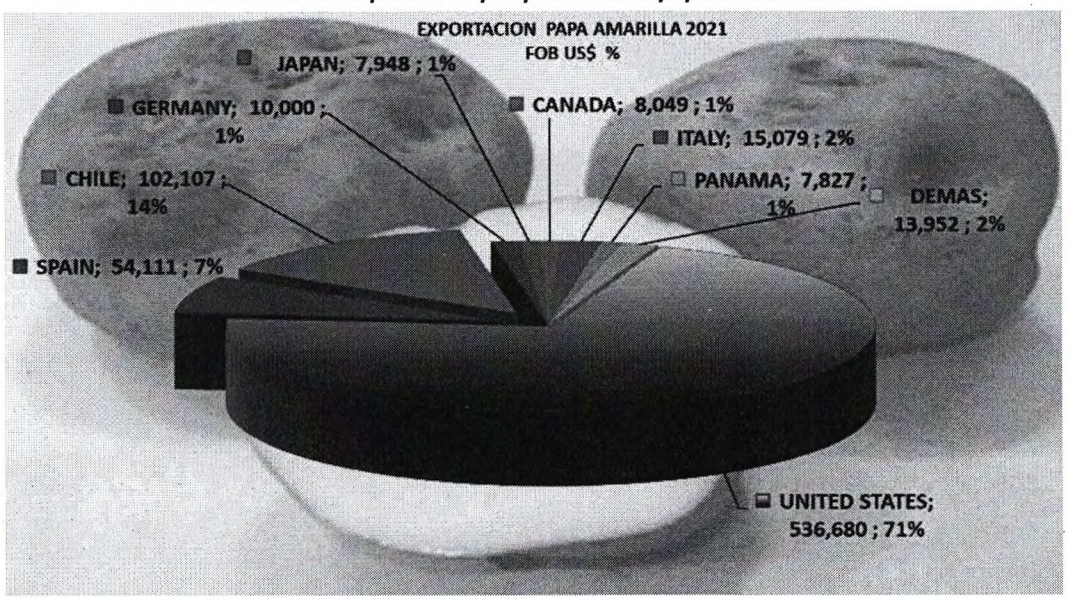
Fuente: AgrodataPerú - Papa Amarilla Perú Exportación 2019 Julio, agosto 31, 2019

Estos envíos sumaron en el primer trimestre del año US$ 594 mil 428. Los snacks representan casi el 94% del total despachado a los mercados internacionales, otros por montos más pequeños son la fécula de papa (2.2% del total), papas frescas o refrigeradas (1.7%), harina y sémola de papa (0.9%), copos, gránulos de papa (papa seca) y papa congelada.

Nuestros compradores. Según cifras del Adex Data Trade, los principales destinos de la papa peruana son: Bolivia que concentra el 82.9%, seguido de Francia, Chile, EE.UU., España, Reino Unido, Emiratos Árabes Unidos, Italia, Países Bajos Aruba y Suiza. A los últimos tres mercados se exportó por menos de US$ 1,000 en el primer trimestre del año ***(ver gráfico N°3)***

Las principales empresas exportadoras, que tienen como proveedores pequeños productores del interior del país, son Snacks América Latina S.R.L., Cooperativa Agraria Agropia Ltda., Inka Crops S.A., Polaris E.I.R.L., Belmont Foods Perú S.A.C., Turmanye Foods S.A.C., Perú Food Import S.A.C., y Agrofergi S.A.C., entre otras.

Gráfico N°3 – Exportación por países de la papa amarilla 2021



Fuente: AgrodataPerú - Papa Amarilla Perú Exportación 2019 Julio, agosto 31, 2019

1.4. Constitución del Perú 1993:

La Constitución del Perú de 1993[2] establece los principios y derechos fundamentales que rigen el país, en su artículo 58, señala expresamente:

> *"**Artículo 58.-** La iniciativa privada es libre. Se ejerce en una economía social de mercado. Bajo este régimen, el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura"*

Al respecto, la iniciativa privada debe desenvolverse dentro de los lineamientos establecidos por el Estado, fomentando la generación de riqueza en una economía social de mercado. En este sistema, los precios se fijan libremente según la oferta y la demanda, permitiendo la circulación de bienes. Sin embargo, ciertos excesos del mercado deben ser regulados para garantizar el bien común, haciendo que nuestra economía de mercado sea verdaderamente social.

1.5. Marco normativo:

- Constitución Política del Perú de 1993
- Reglamento del Congreso de la República
- Ley Orgánica de Gobiernos Regionales – Ley N°27867

II. EFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La presente ley no vulnera ninguna disposición constitucional ni el ordenamiento legal vigente; sino más bien, promueve una ley declarativa a efectos de habilitar los actos administrativos posteriores para que se declare de interés nacional y de necesidad pública reconocer el 14 de noviembre de cada año como el día nacional de la papa a la huancaína.

[2] (1993) Constitución política del Estado peruano

Adicionalmente, el presente proyecto ley no colisiona con el ordenamiento jurídico ya que no implica la modificación, ni derogación de norma alguna, al tratarse de una ley de carácter declarativa.

III. ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO

Al respecto, se puede afirmar lo siguiente ***(ver cuadro N°1)***

Cuadro N°1: Análisis Costo - Beneficio

Costos	- No genera algún gasto al erario nacional.
Beneficios	- Estimular el consumo internacional de los ingredientes utilizados en la preparación de los platos tradicionales. - Fomentar un consumo de este plato típico. - Impulsar la promoción de la gastronomía peruana a nivel global. - Preservar y reivindicar la identidad cultural peruana asociada a la papa a la huancaína.

Fuente: Elaboración propia

IV. RELACIÓN DE LA INICIATIVA CON LA AGENDA LEGISLATIVA Y CON LAS POLÍTICAS DE ESTADO DEL ACUERDO NACIONAL

El presente proyecto de ley se enmarca en la Agenda Legislativa para el Período Anual de Sesiones 2023 – 2024, aprobada por Resolución Legislativa del Congreso 002-2023-2024-CR[3], en lo referido se encuentra vinculado con Política de Estado del Acuerdo Nacional, en el objetivo III. Competitividad del país, específicamente en las políticas de Estado N°17. Afirmación de la economía social de mercado; y, N°18. Búsqueda de la competitividad, productividad y formalización de la actividad económica, las cuales establecen expresamente:

[3] https://acuerdonacional.pe/politicas-de-estado-del-acuerdo-nacional/politicas-de-estado/politicas-de-estado-castellano/

"Artículo 17°. Afirmación de la economía social de mercado.

Nos comprometemos a sostener la política económica del país sobre los principios de la economía social de mercado, que es de libre mercado, pero conlleva el papel insustituible de un Estado responsable, promotor, regulador, transparente y subsidiario, que busca lograr el desarrollo humano y solidario del país mediante un crecimiento económico sostenido con equidad social y empleo.

Con este objetivo, el Estado: (a) garantizará la estabilidad de las instituciones y las reglas de juego; (b) promoverá la competitividad del país, el planeamiento estratégico concertado y las políticas de desarrollo sectorial en los niveles nacional, regional y local; (c) estimulará la inversión privada; (d) fomentará el desarrollo de la infraestructura; (e) evitará el abuso de posiciones dominantes y prácticas restrictivas de la libre competencia y propiciará la participación de organizaciones de consumidores en todo el territorio; (f) fomentará la igualdad de oportunidades que tiendan a la adecuada distribución del ingreso; y (g) propiciará el fortalecimiento del aparato productivo nacional a través de la inversión en las capacidades humanas y el capital fijo.

"Artículo 18°. Búsqueda de la competitividad, productividad y formalización de la actividad económica.

Nos comprometemos a incrementar la competitividad del país con el objeto de alcanzar un crecimiento económico sostenido que genere empleos de calidad e integre exitosamente al Perú en la economía global. La mejora en la competitividad de todas las formas empresariales, incluyendo la de la pequeña y micro empresa, corresponde a un esfuerzo de toda la sociedad y en particular de los empresarios, los trabajadores y el Estado, para promover el acceso a una educación de calidad, un clima político y jurídico favorable y estable para la inversión privada así como para la gestión pública y privada. Asimismo, nos comprometemos a promover y lograr la formalización de las actividades y relaciones económicas en todos los niveles.

Con este objetivo el Estado: (a) consolidará una administración eficiente, promotora, transparente, moderna y descentralizada; (b) garantizará un marco legal que promueva la formalización y la competitividad de la actividad económica; (c) procurará una simplificación administrativa eficaz y continua, y eliminará las barreras de acceso y salida al mercado; (d) proveerá infraestructura adecuada; (e) promoverá una mayor competencia en los mercados de bienes y servicios, financieros y de capitales; (f) propiciará una política tributaria que no grave la inversión, el empleo y las exportaciones; (g) promoverá el valor agregado de bienes y servicios e incrementará las exportaciones, especialmente las no tradicionales; (h) garantizará el acceso a la información económica; (i) fomentará la investigación, creación, adaptación y transferencia tecnológica y científica; (j) facilitará la capacitación de los cuadros gerenciales y de la fuerza laboral; y (k) construirá una cultura de competitividad y de compromiso empresarial con los objetivos nacionales.