



PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA ICA" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO PARA DISTINGUIR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE ICA

El Congresista de la República que suscribe, **JORGE ALFONSO MARTICORENA MENDOZA** integrante del Grupo Parlamentario Alianza Para el Progreso, en ejercicio del derecho conferido por el artículo 107 de la Constitución Política del Perú y de conformidad con los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, propone el siguiente Proyecto de Ley.

FORMULA LEGAL

PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA "MARCA ICA" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO PARA DISTINGUIR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE ICA

Artículo Único. – Declaratoria de interés nacional

Se declara de interés nacional la creación y registro de la marca Ica, como estrategia de desarrollo para distinguir los productos y servicios de la Región Ica, que se diferencia por (i) poseer legado cultural, histórico y natural (ii) Calidad (Estandarización y especialización) (iii) ser innovadores y demás características que establezca el Gobierno Regional de Ica.

Lima, septiembre de 2025.



Firmado digitalmente por:
FLORES ANCACHI Jorge Luis
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 18/09/2025 16:36:07-0500



Firmado digitalmente por:
SALHUANA CAMDES Eduardo
FAU 20161749126 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 18/09/2025 15:32:53-0500



Firmado digitalmente por:
MARTICORENA MENDOZA Jorge Alfonso
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 18/09/2025 18:03:56-0500



Firmado digitalmente por:
SALHUANA CAMDES Eduardo
FAU 20161749126 hard
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 18/09/2025 15:33:14-0500



Firmado digitalmente por:
QUIROZ BARBOZA Segundo Teodomiro
FAU 20161749126 soft
Motivo: En señal de conformidad
Fecha: 18/09/2025 16:31:03-0500



Firmado digitalmente por:
GARCIA CORREA Idelfonso Manuel
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 18/09/2025 17:10:21-0500



Firmado digitalmente por:
HEIDINGER BALLESTEROS Nelcy Lidia
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 18/09/2025 17:01:34-0500



EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. JUSTIFICACION

La marca “Ica” representa la identidad cultural, histórica y productiva de la región. Fundada el 17 de junio de 1563, Ica es conocida mundialmente por su rica tradición vitivinícola, su aporte a la agroindustria, su gastronomía, y por atractivos turísticos de renombre como las Líneas de Nazca (Patrimonio Mundial UNESCO desde 1994), la Huacachina, la Reserva Nacional de Paracas y las Islas Ballestas.

El departamento de Ica representa un **centro clave de agroexportación** en el Perú, aportando cerca del 65 % de la agroexportación nacional con productos como espárragos, uva de mesa, algodón, palta, pecana, entre otros. Además, la vitivinicultura, con énfasis en la producción de pisco, es un eje central de la economía regional, tanto para el mercado doméstico como internacional.

En el mes de junio del año 2023¹, en el marco del 460 Aniversario de la ciudad de Ica La Municipalidad Provincial y el Cluster Vitivinicola inauguraron el Stand Marca Ica y centro interpretativo del Pisco, con más de 30 Empresarios y emprendedores vitivinícolas, gastronómicos, turísticos en presencia de medios nacionales, Comité Honorario de Ica y público en general.

En ese sentido, Más de 20 instituciones públicas y privadas, participaron con más de 70 actividades en la Provincia de Ica y el Perú. Una de ellas la presentación del Stand Marca Ica y centro interpretativo del pisco, que reúne toda la tradición gastronómica y cultural de la provincia en el parque de la exposición en la capital de la república, cuya muestra va hasta el 11 de junio en alianza con la Municipalidad Metropolitana de Lima.

Con el objetivo de valorar la identidad y el paisaje natural, se proyectó la película “Espejismo” en el auditorio teatrín de la Universidad San Luis Gonzaga de Ica y se presentó el libro Aranvilka en el Salón de Actos. Asimismo, el BUS Marca Ica recorrió Ica llevando toda la muestra iqueña artístico cultural, el 22 un FamTrip al Cañón de los perdidos. Mientras que los días 15, 16 y 17 en el estadio Picasso Perata se presento una muestra de artistas nacionales para celebrar Ica.

¹ <https://www.mercadoempresarial.net.pe/2023/06/lanzan-marca-ica-por-sus-460>.

En 2025, la economía peruana creció 2.67 % interanual en mayo, impulsada por la agricultura con un robusto 9.26 % de expansión. El mercado global del pisco, en el que Ica juega un rol protagónico, alcanzó USD 670,5 M en 2019 y tendría un crecimiento estimado del 6.2 % anual, superando los USD 1 000 M para 2027. Esto evidencia el potencial estratégico de consolidar la Marca Ica para potenciar su proyección en exportaciones y diversificar mercados.

La región Ica no solo destaca por su agroindustria y vitivinicultura, sino también por su incomparable riqueza natural y paisajística. Entre sus tesoros más emblemáticos se encuentra la **Playa Roja**, ubicada en la Reserva Nacional de Paracas, una joya geológica y ecológica única en el Perú y en el mundo. Su característico color rojizo proviene de las rocas ígneas de la península de Paracas, que al erosionarse forman arena de tonos intensos.

La Playa Roja es un destino turístico de creciente interés, que atrae a miles de visitantes nacionales e internacionales cada año, posicionando a Ica como un epicentro de turismo sostenible y de naturaleza. Su inclusión en la Marca Ica permitiría potenciar el ecoturismo y garantizar la conservación de este ecosistema frágil.

En **julio de 2025**, la prestigiosa revista **National Geographic** incluyó a la Playa Roja dentro de su selecta lista de las **siete maravillas naturales de Sudamérica**. Destacó su belleza única, conformada por la arena rojiza (proveniente de la erosión de la roca granodiorita) y su vibrante biodiversidad marina, potenciada por la corriente de Humboldt.

I.1) Identidad cultural y patrimonial

El pisco es parte del patrimonio cultural peruano: sus destilados han sido declarados patrimonio nacional por el Ministerio de Cultura desde 1988, y existe una ruta turística activa alrededor de las bodegas de la región; Además, la “Ruta del Pisco” incrementa el flujo de visitantes a Ica, potenciando el turismo rural y el desarrollo cultural asociado.

El fortalecimiento de la Marca Ica también permitirá integrar y visibilizar recursos naturales únicos como la **Playa Roja**, cuya belleza paisajística y singularidad geológica constituyen un activo para el desarrollo turístico sostenible. Este tipo de atractivos refuerzan la identidad regional y contribuyen a diversificar la economía, beneficiando tanto a comunidades locales como a la proyección internacional de la región.

I.2) Factores de mercado y actores clave

Según estudios recientes, el crecimiento del mercado del pisco depende de variables como el consumo per cápita, la identificación cultural y la expansión de asociaciones de productores.

Asimismo, los actores más influyentes son:

- **Turistas**, que demandan experiencias y productos autóctonos;
- **Consumidores locales**, que consolidan el posicionamiento de marca;
- **Distribuidores nacionales**, que facilitan la llegada a nuevos mercados

La Marca “Ica” abarca y promueve los siguientes elementos reconocidos, que constituyen su identidad:

- **Bebidas y tragos típicos**
 - Pisco: 35 % de la producción nacional.
 - Pisco Sour y Chilcano: celebrados el primer sábado de febrero.
 - Cachina: licor tradicional de mosto fermentado.
- **Gastronomía tradicional**
 - Tejas y Chocotejas: dulces emblemáticos de exportación.
 - Galletas Paciencia, Besitos y Revolución caliente: tradición desde 1936.
- **Festividades y danzas**
 - Festival de la Vendimia: del 8 al 18 de marzo, fiesta de la cosecha de la uva.
 - Señor de Luren: procesión cada tercer lunes de octubre, Patrimonio Cultural de la Nación.
 - Danzas típicas: Festejo, Hatajo de Negritos, Alcatraz, entre otros.
- **Vestimenta tradicional**
 - Traje típico de mujer: blusa blanca bordada, falda amplia, mantón y sombrero de paja.
 - Traje típico de hombre: camisa blanca, pantalón oscuro, faja y sombrero de ala ancha.

Estas cifras reflejan el impacto económico de la marca “Ica” y la necesidad de protegerla y promoverla para consolidar su posicionamiento nacional e internacional.

II ANTECEDENTES

La región Ica posee una rica tradición productiva y cultural que la ha convertido en un referente del desarrollo agroindustrial en el Perú. Desde el siglo XVI, tras la llegada de los españoles, se inició en sus valles la producción de vino y posteriormente del **pisco**, reconocido como el primer destilado de América Latina. Las condiciones climáticas, con suelos fértiles y clima soleado, permitieron la diversificación de cultivos, destacando la **uva**, **el algodón**, **el espárrago** y **la palta**, que en la actualidad constituyen el eje de la

agroexportación iqueña.

En el siglo XX, la modernización de los sistemas de riego (como el Proyecto Choclococha y luego el Proyecto Especial Tambo Ccaracocha - PETACC) incrementó significativamente la producción agrícola. Esto consolidó a Ica como un centro estratégico para el comercio nacional e internacional.

II.1) A nivel nacional, existen diversas normas que respaldan la creación de marcas regionales:

- **Registro de la Denominación de Origen “Pisco” en 1991** ante INDECOPI, que protege a nivel nacional e internacional el uso exclusivo del término “Pisco” para destilados producidos en determinadas zonas, incluyendo Ica.
- Asimismo, las experiencias de **Marca Cusco (2011)** y **Marca Arequipa (2016)**, promovidas por los gobiernos regionales respectivos, han demostrado ser herramientas efectivas para dinamizar las economías locales, atraer inversiones y consolidar la identidad cultural y productiva en mercados internos y externos.

Ica merece un mecanismo similar para protegerse de usos indebidos y potenciar sus ventajas competitivas.

II.2) En el ámbito internacional, diversas regiones han implementado estrategias de marca territorial con resultados exitosos:

- **Marca País “Chile”**: fortalece la competitividad de productos chilenos en mercados globales.
Marca Mendoza (Argentina): ha posicionado internacionalmente sus vinos y aceites de oliva mediante estrategias de diferenciación y valor agregado. **Denominaciones de origen europeas** como *Champagne* (Francia) y *Parma* (Italia), protegen la reputación de productos locales y garantizan su calidad y procedencia.

Estas experiencias demuestran la efectividad de una marca regional como mecanismo para proteger, promover y valorizar la producción local en un entorno global competitivo.

III OBJETIVO

Declarar a la marca "Ica" como de interés nacional, impulsando su protección y promoción, alineada a la descentralización y desarrollo regional.

Es de precisar que la importancia del registro de una marca radica fundamentalmente que 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 intangibles².

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, pregnante 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". 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 positiva 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. Debido a ello, y con la finalidad de impulsar la creación de la Marca Regional de Ica, se propone conformar un Comité de Gestión de Trabajo para el proceso de la creación de la Marca Región Ica, el mismo que se conformaría por diferentes autoridades, entre las que se encuentran el director de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo - DIRCETUR, el presidente de la Cámara de Comercio de Ica, el comité turístico de la Región Ica y PROMPERU.

² PuroMarketing, la importancia de la marca en el desarrollo del negocio, el poder del Brading para atraer y seducir a los clientes.

El día 26 de Agosto del presente año, en el marco de la Semana de Representación, sostuve una importante reunión con Eduardo Ojeda Davila, Presidente de la Cámara de Comercio Ica, con el objetivo de coordinar acciones para promover el turismo en nuestra región Ica, entre otros temas.

El presidente de la Cámara de Comercio de Ica manifestó su preocupación sobre diversas necesidades tales como la fiscalización de tránsito vehicular en la Huacachina, la construcción del terminal portuario de Paracas, que permitirá potenciar la producción agrícola y la actividad turística.

Al respecto me comprometí a articular reunión con la municipalidad provincial de Ica y demás alcaldes provinciales a fin de trabajar la Marca Ica, y proyectos para mejora del sector turístico para generar políticas de Estado, dando soporte económico a los empresarios nacionales.



IV SUSTENTO LEGAL

- Basado en los artículos 44° y 58° de la Constitución Política del Perú, que disponen la promoción del bienestar general y la libre empresa. Asimismo, sustentado en la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, que faculta al Estado a promover y proteger los intereses regionales.

- La creación de la Marca Ica se alinea con los mecanismos de **propiedad intelectual y marcas colectivas** reconocidos por la **Ley N° 29073** (protección asociativa) y los principios establecidos en los tratados de la **OMPI**, otorgando respaldo legal al uso colectivo de nombres regionales.
- **Ley N.º 29073** – Ley sobre Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen (2007), que regula el reconocimiento y protección de denominaciones que identifican productos originarios de una región.
- **Decreto Supremo N.º 039-2008-PCM**, que establece lineamientos para el uso de marcas colectivas.
- El fortalecimiento institucional puede materializarse mediante el registro ante INDECOPI, acompañamiento técnico desde PRODUCE y promoción desde MINCETUR.

V. IMPACTO ESPERADO

La declaratoria permitirá articular esfuerzos entre Estado, gobiernos regionales y sector privado, consolidando la marca “Ica” como símbolo de calidad y prestigio, fortaleciendo industrias y turismo, generando empleo y desarrollo sostenible.

Los beneficios previstos incluyen:

- **Agroindustria:** valorización de productos emblemáticos (uva, pisco, espárrago);
- **Turismo:** incremento de visitas a bodegas, oasis y patrimonio arquitectónico;
- **Comercio y exportaciones:** acceso a nichos de mercado y mejora en precio por calidad;
- **Empleo:** generación de empleo formal en el sector productivo y servicio asociado.



Cuadro Resumen de Estadísticas

INDICADOR	VALOR	FUENTE / AÑO
Agroexportación	65 % del total nacional	INEI / 2024
Productos exportados (Agro)	58 productos	PROMPERÚ / 2024
Visitantes totales (turismo)	1.47 millones	MINCETUR / 2023
Turistas internacionales 2024	325 000	MINCETUR / 2024
Islas Ballestas	587 628 visitantes	MINCETUR / 2024
% del PBI regional por turismo	2.5 % → 2.9 %	INEI / 2023-2024

VI. PROPUESTA LEGISLATIVA

El presente proyecto de ley, tiene por objeto declarar de interés nacional Declárase de interés nacional la protección, promoción y fortalecimiento de la marca “Ica”, como herramienta de desarrollo económico, cultural y turístico de la Región Ica y del Perú.

En ese sentido, la presente iniciativa legislativa, plantea el siguiente texto normativo:

PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERÉS NACIONAL LA CREACIÓN Y EL REGISTRO DE LA “MARCA ICA” COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO PARA DISTINGUIR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO DE ICA**Artículo Único. – Declaratoria de interés nacional**

Se declara de interés nacional la creación y registro de la marca Ica, como estrategia de desarrollo para distinguir los productos y servicios de la Región Ica, que se diferencia por (i) poseer legado cultural, histórico y natural (ii) Calidad (Estandarización y especialización) (iii) ser innovadores y demás características que establezca el Gobierno Regional de Ica.

VII. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La presente iniciativa legislativa es de carácter declarativo y, en ese sentido, no demanda el uso de recursos adicionales del Tesoro Público. Su objetivo es articular esfuerzos entre Estado, gobiernos regionales y sector privado, consolidando la marca “Ica” como símbolo de calidad y prestigio, fortaleciendo industrias y turismo, generando empleo y desarrollo sostenible.

Contar con una marca regional, como una herramienta de promoción, permitirá a Ica poder expresar las identidades que conviven en sus territorios, como su mayor fortaleza competitiva. Finalmente, una marca regional constituye uno de los instrumentos más potentes y valiosos que una región puede poseer en términos de competitividad. La aplicación de esta estrategia resulta provechosa y un reto para lograr que los sus beneficios se expandan a otros sectores.

Entre los beneficios más significativos destacan, La declaratoria de interés nacional de la Marca “Ica” generará impactos positivos en los ámbitos económico, social, cultural y ambiental:

- Impulso a la economía regional con mayor posicionamiento de productos y servicios.
- Fortalecimiento de la agroindustria y beneficios directos a pequeños y medianos productores.
- Incremento del turismo sostenible, consolidando atractivos como Nazca, Huacachina y Paracas.
- Protección del patrimonio natural y cultural de la región.
- Articulación público-privada para el desarrollo local.

VIII. EFECTOS DE LA NORMA EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

Con la presente norma, se busca declarar de interés nacional la protección, promoción y fortalecimiento de la marca “Ica”, como herramienta de desarrollo económico, cultural y turístico de la Región Ica y del Perú.

En ese sentido, la presente iniciativa legislativa, no plantea la modificación de la legislación; además, es una norma declarativa que, se encuentra enmarcada dentro de los alcances establecidos en la Constitución Política del Perú y las leyes de la materia,

cumpliendo con lo establecido en el Reglamento del Congreso de la República.

IX. VINCULACIÓN AL ACUERDO NACIONAL Y A LA AGENDA LEGISLATIVA PARA EL PERIODO ANUAL DE SESIONES 2024-2025

La presente iniciativa legislativa se encuentra vinculada y en armonía con las Políticas de Estado expresadas en el Acuerdo Nacional, específicamente; con la política 03 referida a la afirmación de la identidad nacional. Así como a la Política 11, relacionada a la Promoción de la Igualdad de Oportunidades sin Discriminación;

En esa misma línea, el presente Proyecto de Ley, se encuentra vinculado con la Agenda Legislativa para el Periodo Anual de Sesiones 2024-2025, aprobada por Resolución Legislativa del Congreso N°006-2024-2025-CR, la cual establece en el Objetivo I. Democracia y Estado de derecho – política de Estado 3) afirmación de la identidad nacional.

Lima, septiembre de 2025.