



LEY QUE DECLARA DE INTERES NACIONAL Y NECESIDAD PUBLICA EL REGISTRO DE LA “MARCA JUNIN” COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO E IMPULSO A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PROVENIENTES DEL DEPARTAMENTO DE JUNIN

Los Congresistas de la República que integran el Grupo Parlamentario Bloque Democrático Popular, a la iniciativa del congresista **Edgard Reymundo Mercado**, al amparo de lo establecido en el Artículo 107° de la Constitución Política del Perú y de los artículos 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, proponen el Proyecto de Ley:

FÓRMULA LEGAL

**EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA
HA DADO LA SIGUIENTE LEY:**

**LEY QUE DECLARA DE INTERES NACIONAL Y NECESIDAD PUBLICA EL
REGISTRO DE LA “MARCA JUNIN” COMO ESTRATEGIA DE
DESARROLLO E IMPULSO A LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS
PROVENIENTES DEL DEPARTAMENTO DE JUNIN**

Artículo 1.- Objeto de la ley

La presente iniciativa tiene por objeto posicionar a los productos y servicios provenientes del departamento de Junín en los mercados nacional e internacional.

Artículo 2.- Declaración de interés nacional y necesidad publica

Se declara de interés nacional y de necesidad publica la creación y registro de la “MARCA JUNIN” como estrategia de desarrollo e impulso a los productos y servicios provenientes del departamento Junín.

Artículo 3.- Sobre la MARCA JUNIN

Los productos y servicios que lleven la MARCA JUNIN como símbolo distintivo deberán distinguirse por: (i) poseer representación cultural, histórico y natural, (ii) calidad en su elaboración o producción, (iii) ser innovadores, y otras características que se acuerden.

DISPOSICION COMPLEMENTARIA FINAL

UNICA. – El Poder Ejecutivo, a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERU, en coordinación con el Gobierno Regional realizaran las acciones correspondientes para ejecutar lo establecido en la presente ley.

Lima, noviembre de 2025



Firmado digitalmente por:
REYMUNDO MERCADO Edgard
Cornelio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 14/11/2025 16:57:39-0500



Firmado digitalmente por:
REYMUNDO MERCADO Edgard
Cornelio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 14/11/2025 16:57:55-0500



Firmado digitalmente por:
BAZAN NARRO Sigríð Tesoro
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 17/11/2025 10:14:21-0500



Firmado digitalmente por:
LUQUE IBARRA Ruth FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 17/11/2025 16:28:35-0500

I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Con el objetivo de promocionar lo “que nos ofrece el departamento de Junín” se elabora la presente iniciativa, que no solo se centra en destacar la producción de bienes y servicios, sino además su lo que ofrece desde otros aspectos como el cultural y tacítico, que contempla además la rica historia y su riqueza natural paisajista.

Posicionar la “MARCA JUNIN”, tanto en los mercados nacionales como internacionales es el reto que se persigue, destacando la identidad de la región, a fin de que tenga un impacto a futuro pueda atraer no solo visitantes sino además inversionistas.

El departamento de Junín es la octava región en cuanto a producción y la séptima en cuanto a población, siendo sus principales actividades la minería, el comercio y la agricultura. En minería es el cuarto productor de plata y el séptimo productor de cobre. La región tiene una importante producción de papa, arveja grano verde, maíz choclo y maíz amiláceo, en la zona de la sierra y de naranja, plátano, piña, tangelo, palta y mandarina, en la zona de la selva, la cual se destina en parte importante para el mercado nacional. En el caso del mercado internacional, Junín tiene una importante producción para la agroexportación como café, cacao, maíz amarillo dura y jengibre¹.

Junín: Valor Agregado Bruto por Años, según Actividades Económicas

Actividades	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021P/	2022P/	2023E/
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	9.7	10.8	11.3	11.7	12.5	11.8	10.9	8.9	8.3	8.8	9.1	9.6	9.5	10.4	9.3	9.3	9.7
Pesca y Acuicultura	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0
Extracción de Petróleo, Gas y Minerales	17.5	18.6	19.3	18.9	16.8	16.6	16.1	23.8	31.7	29.1	30.0	29.0	27.1	26.2	28.2	27.1	25.1
Manufactura	21.0	18.8	10.7	8.7	8.6	8.7	9.2	8.0	6.5	6.4	6.0	6.0	6.2	6.0	6.6	6.7	6.2
Electricidad, Gas y Agua	3.0	2.9	2.8	2.8	3.2	3.0	2.9	2.7	2.5	2.3	2.4	2.5	2.4	2.5	2.4	2.3	2.5
Construcción	5.9	6.4	7.0	7.2	7.3	7.9	8.5	7.7	6.8	6.6	6.2	6.1	6.1	5.6	6.0	6.5	6.1
Comercio	10.7	11.2	12.3	13.3	13.7	14.2	14.1	12.8	11.4	11.8	11.4	11.2	11.5	11.2	11.3	11.4	11.9
Transporte, Almacen., Correo y Mensajería	6.4	6.2	6.6	7.1	7.1	7.2	7.3	6.7	6.0	6.3	6.3	6.5	6.7	5.7	5.5	5.9	6.1
Alojamiento y Restaurantes	1.9	1.9	2.2	2.2	2.3	2.3	2.4	2.2	2.0	2.1	2.0	2.0	2.1	1.2	1.4	1.7	1.8
Telecom. y Otros Serv. de Información	1.7	2.0	2.5	2.7	3.0	3.1	3.3	3.2	3.0	3.4	3.6	3.7	4.1	4.9	4.7	4.7	4.7
Administración PúblJun y Defensa	4.9	4.7	6.0	6.0	6.0	6.0	6.2	6.0	5.4	5.8	5.8	6.0	6.3	7.2	6.6	6.6	7.1
Otros Servicios	17.2	16.6	19.4	19.3	19.5	19.1	19.3	18.1	16.4	17.4	17.0	17.2	17.9	19.3	18.1	17.9	18.7
Valor Agregado Bruto	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: INEI.

¹ JUNÍN: Síntesis de Actividad Económica agosto 2025. Departamento de Estudios Económicos. BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ - SUCURSAL HUANCAYO. Disponible en:
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/2025/sintesis-junin-08-2025.pdf>

Respecto a la macro región centro, conformada por los departamentos de Áncash, Ayacucho, Huancavelica, Huánuco, Ica, Junín, Lima y Pasco, y sin incluir a Lima, es el tercer departamento en cuanto a la producción y es el primero en población, con 1'383,107 habitantes, para el año 2025.

El departamento de Junín

El departamento de Junín está situado en la parte central del Perú. Es una región con una geografía diversa, ya que abarca territorios tanto de la sierra (zona andina) como de la selva alta (ceja de selva). Su capital es la ciudad de Huancayo. Limita con los departamentos de Pasco y Ucayali al norte, Ucayali y Cusco al este, Ayacucho y Huancavelica al sur y con Lima por el oeste.

Presenta una superficie total de 44,197.23 km². El departamento, creado el 13 de setiembre de 1825, políticamente se encuentra dividido en 9 provincias y 124 distritos: Huancayo, la capital, con 28 distritos, Jauja (34 distritos), Concepción (15 distritos), Yauli (10 distritos), Chupaca (9 distritos), Tarma (9 distritos), Satipo (9 distritos), Chanchamayo (6 distritos) y Junín (4 distritos).



Entre sus primeros pobladores identificamos a los *Wankas*, que se asentaron en el Valle del Mantaro, en lo que hoy son las provincias de Huancayo, Chupaca, Concepción y Jauja. Asimismo, los *Tarumas* que se ubicaron en la zona de sierra central, en los que es hoy la provincia de Tarma. También los *Pumpus*, que se asentaron en la meseta de Bombon en las zonas aledañas al Lago Junín. En la

zona de la selva están los *Yanesha*, que a la fecha es parte de los pueblos originarios amazónicos. Entre los principales restos arqueológicos están Tunanmarca, en la provincia de Jauja, identificada como ciudadela fortificada, Santuario de Wariwillka, en la provincia de Huancayo, Tarmatambo en la provincia de Jauja, un asentamiento de la cultura Taruma y Colcas de Arhuaturo, en la provincia de Chupaca.

Respecto a expresiones culturales, Junin destaca como uno de los llamativos del Perú, donde confluyen tradiciones andinas y amazónicas. Las danzas mas significativas, no solo son bailes, sino son expresiones vivas de su historia, que incorpora aspectos desde la cosmovisión agrícola y de su estructura social:

Huaylarsh: Identificada como la danza más emblemática del Valle del Mantaro (Huancayo). Declarada Patrimonio Cultural de la Nación el 23 de febrero de 2005, en su momento por el Instituto Nacional de Cultura. Tiene su origen en el trabajo agrícola (la siembra y cosecha de la papa) y del cortejo amoroso. A su vez, es de dos tipos:

Huaylarsh Antiguo: Más ritual y ligado a la tierra.

Huaylarsh Moderno: Un baile de pareja más festivo, acrobático y competitivo, con un zapateo intenso y enérgico. Se baila principalmente durante los carnavales (febrero y marzo).

La Tunantada: Danza originaria de Jauja, es una danza que se baila en enero durante la fiesta de San Sebastián y San Fabián. Esta danza es Patrimonio Cultural de la Nación del Perú, declarada así por el Ministerio de Cultura en 2011. A diferencia del Huaylarsh, la tunantada es una sátira social de la época colonial y republicana. Los danzantes representan a los diferentes estratos sociales de esa época. Entre sus personajes se encuentra "Español" o "Príncipe", la "Huanquita" (jaujinita), el "Chuto" (el personaje cómico y crítico), el "Argentino" (arriero), el "Boliviano", entre otros.

La Huaconada: Danza originaria de originaria de Mito (Concepción), es un Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, declarada por la UNESCO en 2010. Se realiza los primeros tres días de enero.

Significado: Los "Huacones" (hombres enmascarados con narices prominentes, que evocan al cóndor) representan un antiguo consejo de ancianos. Durante los días de fiesta, se convierten en la máxima autoridad del pueblo, castigando con

sus látigos (tronadores) a las personas que tuvieron mal comportamiento durante el año.

La Chonguinada: Danza señorial que se baila en mayo, principalmente en Tarma y otras provincias. Es una parodia de los bailes de salón europeos. Vestimenta: Destaca por sus trajes lujosos, bordados con hilos de oro y plata, y el uso de máscaras de malla que imitan la piel blanca y las mejillas rosadas de los "gachupines" (españoles).

Al respecto es de desatacar las leyes que han impulsado el reconocimiento de las expresiones culturales en la región Junín:

Ley N° 32338 - Ley que declara de interés nacional el fortalecimiento de las acciones para la inscripción en las listas representativas del patrimonio cultural inmaterial de la humanidad de la UNESCO de las expresiones culturales que forman parte del patrimonio cultural de la nación de los departamentos de Cusco, La Libertad, Junín y Moquegua, que en su desarrollo considera a Danza Huaylarsh Wanka, Danza de la tunantada y Danza guerrera de los shapish.

Ley N° 32222 - Ley que declara día nacional de la danza del Huaylarsh Wanka del departamento de Junín el miércoles de ceniza de cada año.

Los principales productos de Junín

El departamento de Junín ya cuenta con algunas ventajas comparativas respecto a la producción agrícola de otros departamentos. Por ejemplo, de acuerdo a la información estadística de MIDAGRI², de la producción nacional de los siguientes productos, el porcentaje mostrado proviene de Junín:

✓ Arveja grano verde – 22%	✓ Olluco – 10%
✓ Acelga – 20%	✓ Zanahoria – 11%
✓ Brócoli – 11%	✓ Cacao - 19%
✓ Caigua – 10%	✓ Café pergamino – 18%
✓ Espinaca – 57%	✓ Carambola – 43%
✓ Haba verde – 29%	✓ Guanabana – 52%
✓ Lechuga – 15%	✓ Limón dulce – 72%
✓ Maca – 76%	✓ Naranja – 51%
✓ Maíz choclo – 21%	✓ Tangelo – 51%
✓ Granadilla – 16%	✓ Piña - 75

² <https://www.gob.pe/institucion/midagri/colecciones/5149-anuarios-estadisticas-de-produccion-agropecuaria>

De acuerdo a la producción pecuaria, el 12% de la producción de carne de ovino proviene de la región Junín, mientras que, en el caso de la Llama, lo es el 8%. En el caso de la producción de lana de ovino, de Junín proviene el 20% de la producción nacional y el 15% de la producción nacional de Fibra de llama. Respecto a productos agroindustriales, el 12% de la venta de queso fresco a nivel nacional proviene de Junín,

PERÚ: PRODUCCIÓN PECUARIA POR ESPECIE, SEGÚN REGIÓN, 2024 (Preliminar)

Región	Ave	Ovino	Porcino	Vacuno	Caprino	Alpaca	Llama
Nacional	826,762,058	2,588,737	3,990,915	1,380,599	392,803	481,194	115,666
Tumbes	93,692	2,978	5,560	3,641	21,954	0	0
Piura	13,984,015	114,971	116,025	50,691	97,958	0	0
Lambayeque	11,388,007	24,880	30,744	20,276	17,957	0	0
La Libertad	138,011,041	221,021	386,387	64,178	35,659	1,649	0
Cajamarca	1,551,093	74,335	136,492	167,972	21,386	0	0
Cajamarca	981,115	51,470	53,509	88,293	12,571	0	0
Chota	266,050	19,724	41,779	50,224	1,065	0	0
Jaén	303,928	3,141	41,204	29,455	7,750	0	0
Amazonas	360,533	3,752	38,532	67,815	5,132	0	0
Ancash	16,545,165	135,246	61,258	60,566	21,885	578	0
Lima	472,384,881	63,970	1,520,451	123,024	39,384	3,513	2,175
Ica	43,164,575	12,625	405,041	40,371	21,374	0	0
Huánuco	564,447	174,789	231,783	173,113	27,535	1,788	0
Pasco	243,240	116,592	39,436	24,126	1,235	18,555	4,273
Junín	4,331,426	303,797	128,833	59,597	4,172	15,345	9,372
Huancavelica	430,434	97,429	36,574	22,400	19,294	19,399	7,363
Arequipa	72,903,696	105,611	237,857	31,523	8,197	49,512	10,787
Moquegua	82,718	3,804	28,766	3,936	1,040	5,252	2,130
Tacna	8,199,657	8,737	71,337	5,500	6,008	10,169	5,447
Ayacucho	461,215	142,794	68,090	97,622	23,826	29,343	5,888
Apurímac	319,420	68,602	54,058	34,254	14,110	19,385	8,940
Abancay	198,723	35,465	20,888	16,965	4,026	12,795	4,633
Andahuaylas	120,697	33,137	33,170	17,289	10,084	6,590	4,307
Cusco	1,663,749	312,820	149,255	77,528	4,697	95,196	19,736
Puno	1,193,047	588,240	76,055	155,930	0	211,510	39,555
San Martín	17,093,773	5,153	79,658	49,926	0	0	0
Loreto	11,299,715	2,435	43,129	10,706	0	0	0
Ucayali	6,539,334	2,700	24,206	21,848	0	0	0
Madre de Dios	3,953,185	1,456	21,388	14,056	0	0	0

En cuanto a la producción que se destina al mercado internacional y la agroindustria, allí encontramos al café, jengibre, cacao y maíz amarillo duro. Su producción se ha incrementado en el presente año debido a mayores instalaciones (ampliación de superficie en producción) en cacao, adecuados precios de mercado en café y favorables rendimientos, por mejora climática³.

³ <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/2025/presentacion-junin-08-2025.pdf>

Junín: Producción de principales productos agropecuarios 1/
(Miles de toneladas)

	Estructura ^{2/}	Agosto			Enero - Agosto		
	2024	2024	2025	Var%	2024	2025	Var%
AGRÍCOLA ^{2/}	86,7			4,0			3,9
Orientada al mercado interno ^{2/}	55,6			2,9			4,4
Papa	11,7	6,5	7,1	8,9	470,2	505,2	7,4
Piña	8,7	31,6	32,2	1,9	308,5	312,5	1,3
Naranja	7,0	27,5	28,0	1,8	221,1	225,2	1,8
Maíz Choclo	3,3	0,2	0,2	3,8	113,2	118,9	5,0
Plátano	3,9	16,5	16,6	1,1	147,5	148,6	0,8
Palta	4,3	1,8	1,9	7,8	39,4	42,0	6,8
Mandarina	2,4	8,6	8,7	0,4	55,6	56,3	1,2
Aveja Grano Verde	1,6	1,6	1,7	10,7	30,1	33,3	10,7
Maíz Amiláceo	1,3	0,6	0,8	37,2	20,3	22,2	9,2
Tangelo	1,2	2,1	2,3	7,1	37,1	37,3	0,5
Orientada al mercado externo y agroindustria ^{2/}	28,2			5,3			3,1
Café	16,7	4,0	4,3	7,4	67,4	68,9	2,2
Cacao	9,2	3,4	3,5	5,4	28,0	29,1	4,1
Maíz A. Duro	0,8	0,6	0,7	12,4	18,6	20,3	9,4
Maca	0,6	5,9	5,5	-7,3	16,9	17,2	1,7
Pastos Forrajeros ^{2/}	2,9			3,9			4,8
PECUARIO ^{2/}	13,3			0,2			2,5
Vacuno*	3,4	1,3	1,3	-1,2	9,8	10,4	5,5
Leche	2,7	5,1	5,2	1,6	41,6	43,8	5,4
Ovino*	2,2	0,7	0,8	2,5	5,8	6,0	3,4
Ave*	2,3	1,0	0,9	-1,6	7,8	7,4	-4,3
Porcino*	1,5	0,7	0,7	-1,7	5,3	5,3	0,4
TOTAL	100,0			3,3			3,8

En Junín se llevan a cabo diferentes formas de exponer sus productos, una de ellas es a través de las ferias, en donde los productores aprovechan para mostrar sus productos como las ferias de productores, artesanos o de gastronomía que se llevan a cabo a diferentes localidades o la Expo Junin. Algunas de las ferias que se han llevado a cabo de manera reciente son las siguientes

Expo Junín: Tuvo lugar entre el 15 al 17 de agosto en la Sociedad Rural de Junín, y contó con la 78ª edición de la exposición ganadera y la 34ª de granja.

Expo Vive Saludable Junín 2025: realizada en marzo en La Molina como una oportunidad de mostrar los productos de la región en el principal mercado del país.

Feria Regional de Artesanos: Organizado por la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) Junín, con el fin de exhibir diversas artesanías como mates burilados, cerámica, tejidos, entre otros.

Feria Agropecuaria "Del Campo a tu Mesa": organizado por la Dirección Regional de Agricultura (DRA) de Junín con el fin de acercar a los productores con los consumidores, en donde se expuso productos como frutas, carnes de cuy, verduras, miel y lácteos. Se llevó a cabo en marzo de este año.

XXIV Feria Provincial Altoandina Yauli – La Oroya 2025: Se realizado en julio 2025 y el objetivo fue mostrar cultura y tradición, además de su rica gastronomía.

Antecedente de Marca Junin

La "Marca Junín" lanzada en 2017 impulsado por el gobierno regional de Junin, con el fin de estandarizar la calidad de la producción regional y promocionarla hacia los mercados nacionales e internacionales. El lanzamiento se llevó a cabo en la Municipalidad de Lima, Se realizó una presentación en el Palacio Municipal de Lima, junto con autoridades de la región, así, así como gremios empresariales, productores, emprendedores y exportadores⁴.

Logo de la MARCA JUNIN en 2017



No se ha tenido mayores noticias al respecto de la MARCA JUNIN lanzada en 2017. El cambio de gestión y denuncias de plagio respecto al logo le restaron impulso. Incluso desde la actual gestión del gobierno regional se impulsa la

⁴

<https://andina.pe/agencia/noticia-gobierno-regional-lanza-marca-junin-para-conquistar-mercado-nacional-y-mundial-648312.aspx>

marca PRO ANDES, a fin de destacar la producción de las regiones que integran la mancomunidad de Los Andes⁵.

En el marco de la I Cumbre de Emprendedores de la Mancomunidad Regional de Los Andes, celebrada en la ciudad de Huancayo, se presentó oficialmente la marca Pro Andes, un sello de calidad que busca destacar y respaldar los productos de emprendedores de las regiones que conforman la mancomunidad: Ayacucho, Ica, Junín, Cusco, Huancavelica y Apurímac.

Pro Andes simboliza la riqueza y diversidad de Los Andes peruanos, reforzando la identidad cultural y el potencial productivo de las seis regiones unidas por esta iniciativa. Esta marca será un pilar clave para impulsar a los emprendedores, promoviendo la competitividad de sus productos y fortaleciendo la economía local; así garantizar la excelencia y autenticidad de los productos de diversos rubros, tales como artesanía, agroindustrias, textiles, cereales, alimentos, frutas, menestras, productos a base de cacao, café, licores, entre otros.

La Marca Los Andes garantizar el compromiso de las regiones que conforman a la mancomunidad por posicionar los productos de sus emprendedores en mercados nacionales e internacionales, fomentando el reconocimiento de su alto valor agregado.

Antecedentes Legislativos

El presente Congreso dio la Ley N° 31838 - Ley que declara de interés nacional la creación y el registro de la "MARCA PUNO" como estrategia de desarrollo para distinguir los productos y servicios del departamento de Puno, a partir de la iniciativa presentada por el congresista por Puno, Carlos Zeballos Madariaga, a través del Proyecto de Ley N° 2954/2022-CR, el cual plateaba declarar de interés nacional el registro de la "Marca Puno".

De igual manera, se ha presentado el Proyecto de Ley N° 1250/2025-CR, que propone declarar de interés nacional la creación y registro de la "MARCA ICA", por parte del congresista Jorge Marticorena.

⁵ <https://www.gob.pe/institucion/mrdlandes/noticias/1064501-lanzamiento-de-la-marca-pro-andes-para-respaldar-la-calidad-de-los-productos-de-emprendedores-de-la-mancomunidad-regional-de-los-andes>

Hay que destacar en ambos casos la opinión de INDECOPI que ha con anterioridad ha brindado asistencia y capacitación sobre iniciativas similares, sobre productos y servicios de los departamentos que menciona⁶:

21. Conviene señalar que, en experiencias previas, dichos servicios fueron brindados en el caso de marcas con similares propósitos al de la Marca Ica como son los casos de las marcas de certificación inscritas ante el Indecopi a favor de los Gobiernos Regionales de San Martín, Cajamarca, Ucayali, Amazonas, Loreto, Huancavelica, Cusco, entre otros.

El objetivo de la presente iniciativa es desarrollar una estrategia de impulso al desarrollo económica del departamento de Junín a través de la herramienta de promoción de todo lo que nos ofrece Junin.

Debemos tener presente que, de manera global, como país, contamos con la MARCA PERU, como una herramienta estratégica cuyo objetivo es promover la imagen del país a nivel internacional, desde su producción de bienes y servicios, así como el turismo. Tiene además un componente de fortalecer la identidad, la cultura y toda expresión artística de nuestro país.

II. ANALISIS COSTO BENEFICIO

La presente iniciativa no irroga gasto al estado de manera directa al ser una propuesta declarativa que busca darle fuerza a todo lo que viene del departamento de Junín, tanto en el mercado nacional como internacional. No solo busca llegar a los mercados señalados, sino que, además sirve de aliciente a los productores que al encontrar una herramienta de apoyo se esfuerzan por presentar mejores productos y propuestas.

III. EFFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACION NACIONAL

La presente iniciativa de ley no colisiona el marco jurídico actual, pues ya existen iniciativas que se han trabajado para que, a través de marcas, se impulse la producción de una determinada localidad. El antecedente mas reciente es lo relacionado a la MARCA PUNO, y en general a lo relacionado a la MARCA PERU. En adición, anteriormente se trabajo la iniciativa de MARCA JUNIN, pero la misma no tuvo mayor desarrollo. Consideramos que una norma con rango de ley puede contribuir a impulsar a la región Junín.

⁶ INFORME N° 000043-2025-DSD/INDECOPI. Disponible en: <https://wb2server.congreso.gob.pe/spley-portal-service/archivo/MzM1ODc0/pdf>

IV. VINCULACION CON EL ACUERDO NACIONAL Y SUS POLITICAS NACIONALES

La presente iniciativa se encuentra relacionada con las siguientes políticas del Acuerdo Nacional:

Política 3. Afirmación de la identidad nacional

(c) promoverá una visión de futuro ampliamente compartida, reafirmada en valores que conduzcan a la superación individual y colectiva para permitir un desarrollo nacional armónico y abierto al mundo.

Política 18. Búsqueda de la competitividad, productividad y formalización de la actividad económica

(g) promoverá el valor agregado de bienes y servicios e incrementará las exportaciones, especialmente las no tradicionales

Política 22. Política de comercio exterior para la ampliación de mercados con reciprocidad

(k) promoverá la construcción de una oferta exportable y competitiva con la participación de la pequeña y mediana empresa