



Dictamen aprobado por **UNANIMIDAD**, recaído en el Proyecto de Ley **12520/2025-CR**, que propone mediante un texto sustitutorio la 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.

DICTAMEN

COMISIÓN DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS

PERIODO ANUAL DE SESIONES 2025-2026

Señor Presidente:

Ha sido remitido para dictamen de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, el **Proyecto de Ley 12520/2025-CR**, presentado por el congresista Jorge Alfonso Marticorena Mendoza, miembro integrante del grupo parlamentario Alianza para el Progreso, por el que se propone declarar de interés nacional y necesidad pública el registro de Marca Ica como estrategia de desarrollo sostenible de los productos y servicios de la región Ica.

En la Décima Quinta Sesión Ordinaria de la Comisión, realizada el martes 12 de mayo de 2026, el dictamen recaído en el Proyecto de Ley **12520/2025-CR**, que con texto sustitutorio propone la 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, fue aprobado por unanimidad, con **10 votos a favor**. Votaron a favor los congresistas: QUISPE MAMANI, Wilson Rusbel; BARBARÁN REYES, Rosangella Andrea; BUSTAMANTE DONAYRE, Ernesto; OBANDO MORGAN, Auristela Ana; CERRÓN ROJAS, Waldemar José; CICCIA VÁSQUEZ, Miguel Ángel; GUTIÉRREZ TICONA, Paul Silvio; GARCÍA CORREA, Idelso Manuel; SOTO PALACIOS, Wilson y LIMACHI QUISPE, Nieves Esmeralda. Sin votos en contra ni abstenciones.

I. SITUACIÓN PROCESAL

I.1 Antecedentes procedimentales

El Proyecto de Ley **12520/2025-CR**, fue presentado ante el Área de Trámite Documentario el 22 de setiembre de 2025, siendo decretado a la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos en calidad de segunda comisión dictaminadora y a la Comisión de Comercio Exterior y Turismo como primera comisión dictaminadora.

I.2 Antecedentes parlamentarios

Se ha realizado una búsqueda en la web del Congreso de la República, no encontrándose antecedentes parlamentarios que guardan relación con la propuesta legislativa.

II. CONTENIDO DE LA PROPUESTA LEGISLATIVA

El **Proyecto de Ley 12520/2025-CR** tiene por objeto declarar de interés nacional y necesidad publica el registro de la "Marca Ica", como estrategia de desarrollo para identificar los productos y servicios de la Región Ica.

El Proyecto de Ley **12520/2025-CR** contiene 1 artículo, bajo el siguiente texto:

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.

La propuesta se fundamenta en:

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.

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.

Asimismo, el turismo constituye un eje estratégico del desarrollo regional, con más de 1.4 millones de visitantes al año, de los cuales 325 mil son extranjeros (MINCETUR 2024). Entre sus principales atractivos se encuentran las Líneas de Nazca, la Reserva Nacional de Paracas, la Huacachina y la Playa Roja, esta última reconocida por National Geographic como una de las siete maravillas naturales de Sudamérica.

El crecimiento del mercado del pisco y de las agroexportaciones evidencia la importancia de una marca regional registrada que garantice la autenticidad y calidad de los productos iqueños. Según estimaciones internacionales, el mercado global del pisco alcanzará más de 1,000 millones de dólares en 2027, con una tasa de crecimiento de 6.2 % anual.

La Marca Ica permitirá consolidar la reputación del territorio, proteger su nombre de usos indebidos y fortalecer su posicionamiento comercial en los mercados nacional e internacional.

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.

III. MARCO NORMATIVO

- Constitución Política del Perú de 1993.
- Decisión 486 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena (Régimen Común sobre Propiedad Industrial) - Decreto Legislativo 1075, Decreto Legislativo que aprueba Disposiciones Complementarias a la Decisión 486 de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial.
- Reglamento del Congreso de la República.
- Ley 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- Ley 27783, Ley de Bases de la Descentralización y sus modificatorias.
- Ley 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus modificatorias.
- Decreto Legislativo 1075, Reglamento de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.
- Decreto Legislativo 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi.
- Decreto Supremo 170-2021-PCM, decreto supremo que aprueba el Reglamento del Régimen de Protección de las Especialidades Tradicionales Garantizadas y del Régimen de las Indicaciones Geográficas.
- Decreto Supremo 075-2025-PCM decreto supremo que aprueba la Política Nacional de Protección y Defensa del Consumidor al 2030.

IV. ANALISIS DE LA PROPUESTA LEGISLATIVA

De la exposición de motivos del **Proyecto de Ley 12520/2025-CR**, se puede verificar claramente que busca declarar de interés nacional la creación del registro de la marca Ica, ofreciendo así al departamento de Ica, visitantes e inversionistas, la necesidad e interés de destacar la importancia del patrimonio cultural, histórico, natural; así como la de identificar los productos y servicios en el mercado de manera exclusiva a nivel nacional e internacional.

La 'Marca Ica' busca consolidar la identidad económica, cultural y turística de la región. Ica destaca por su producción vitivinícola, su potencial agroexportador y su oferta turística reconocida mundialmente, que incluye atractivos como las Líneas de Nazca, la Huacachina, la Reserva Nacional de Paracas y la Playa Roja. Sin embargo, carece de un signo distintivo registrado que garantice la autenticidad de su origen y respalde la calidad de sus productos y servicios frente al mercado global.

La creación de la 'Marca Ica' permitirá fortalecer la competitividad territorial, prevenir el uso indebido del nombre regional, y articular esfuerzos entre el sector público, privado y académico, promoviendo empleo, inversión y sostenibilidad.

4.1 Competencia del Congreso para emitir normas declarativas

La Constitución Política del Perú reconoce entre las atribuciones del Congreso de la República la facultad de aprobar normas de carácter declarativo, como parte del ejercicio de su función legislativa. Este tipo de normas son también emitidas por

los distintos niveles de gobierno, ya que el ordenamiento jurídico nacional no contiene una regulación específica que delimite su alcance.

En esa línea, el Congreso de la República ejerce esta competencia mediante leyes declarativas; el Poder Ejecutivo, a través de decretos legislativos y decretos supremos; los gobiernos regionales, mediante ordenanzas regionales; y las municipalidades, por medio de ordenanzas municipales. Todas estas disposiciones comparten una finalidad común: expresar el reconocimiento o la promoción de actividades, proyectos o intereses vinculados al desarrollo económico, social y cultural del país.

4.2 Finalidad y criterios de las normas de interés nacional y necesidad pública

De acuerdo con el Informe Legal del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, las iniciativas que declaran de interés nacional y necesidad pública determinados proyectos o acciones deben orientarse al bienestar general y a la satisfacción de los derechos fundamentales, como expresión del principio de dignidad de la persona humana.

Dicho informe precisa que las propuestas normativas con dichas categorías deben cumplir con los siguientes criterios:

- Estar vinculadas al bien común.
- Contribuir a la realización de la dignidad humana.
- Fortalecer los principios democráticos y la convivencia pluralista.
- Permitir la evaluación y coherencia con otras normas que desarrollen derechos y deberes constitucionales o legales.
- Integrarse en un proceso de decisión pública y ejecutarse a través de los entes competentes del Estado.

4.3 Alcance del interés público según el Tribunal Constitucional

Por su parte, el Tribunal Constitucional, en la Sentencia 0090-2004-AA/TC, de fecha 5 de julio de 2004, precisó el significado dual del interés público, señalando que:

“El interés público se relaciona con aquello que beneficia a la colectividad; por tanto, es sinónimo del interés general de la comunidad. (...) En consecuencia, el interés público constituye, a la vez, un principio político de la organización estatal y un concepto jurídico. En su primera acepción, opera como una proposición ético-política que orienta las decisiones gubernamentales; y en la segunda, como una noción que determina en qué circunstancias el Estado debe prohibir, limitar, autorizar o permitir determinadas actuaciones” (fundamento 11).

En suma, el interés público, entendido como principio rector de la actuación estatal, legitima la aprobación de normas declarativas que buscan promover el desarrollo y bienestar de la población, siempre en armonía con los valores constitucionales y los fines esenciales del Estado.

4.4 Experiencias y propuestas de gestión de marca regional

4.4.1. Experiencias en el Ámbito Nacional

En el Perú existen precedentes exitosos de posicionamiento territorial a través de marcas regionales, como la Marca Cusco (2011), la Marca Arequipa (2016) y la marca Puno, impulsadas por sus respectivos gobiernos regionales y avaladas por el INDECOPI. Estas iniciativas han demostrado resultados positivos al fortalecer la identidad regional, promover inversiones turísticas y aumentar la presencia comercial de sus productos y servicios en mercados nacionales e internacionales.

4.4.2. Experiencias en el Ámbito Internacional

En el ámbito internacional, destacan experiencias consolidadas como Marca País Chile y Marca Mendoza (Argentina), orientadas a reforzar la competitividad territorial y el valor de origen. Asimismo, ejemplos europeos como Champagne (Francia) y Parma (Italia) evidencian la importancia de proteger la calidad y denominación de origen de los productos vinculados a una región, consolidando su reputación y sostenibilidad económica.

En este contexto, el proyecto de ley propone que el Gobierno Regional de Ica, a través de su Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR), constituya un Comité de Gestión de la Marca Ica, integrado por representantes de la Cámara de Comercio, el Clúster Vitivinícola, PROMPERÚ y los principales actores del sector turístico. Este comité tendrá a su cargo la articulación de acciones de promoción, el registro de la marca y la capacitación para su uso adecuado, con el propósito de consolidar la Marca Ica como un símbolo de identidad regional, competitividad y desarrollo sostenible.

4.5. Control del cumplimiento de las exigencias establecidas en los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso.

Conforme a lo establecido en los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, se ha podido evidenciar, prima facie, que el Proyecto de Ley 12520/2025-CR, cumple con las exigencias señaladas en los mencionados artículos, es decir: (i) la exposición de motivos contiene los fundamentos de la propuesta de ley, (ii) los efectos de la vigencia de la norma que se propone sobre el ordenamiento jurídico; y, (iii) así como el análisis costo beneficio.

4.5.1. Compatibilidad constitucional e idoneidad legislativa

En un Estado constitucional y democrático de derecho, la Constitución no solo constituye una norma jurídica con fuerza vinculante, que obliga tanto a los poderes

públicos como a los ciudadanos, sino que además representa la norma fundamental y suprema del ordenamiento jurídico. En virtud del principio de supremacía constitucional, todas las acciones y decisiones de naturaleza civil, económica, social o militar deben sujetarse a las disposiciones establecidas por la Constitución y por el marco jurídico que de ella deriva. Dicho principio garantiza que la actuación estatal y ciudadana se **desarrolle dentro de los límites constitucionales, preservando la unidad y coherencia del sistema jurídico.**

Artículo 191. Los gobiernos regionales tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia. Coordinan con las municipalidades sin interferir sus funciones y atribuciones.

(...)

Artículo 192. Los gobiernos regionales promueven el desarrollo y la economía regional, fomentan las inversiones, actividades y servicios públicos de su responsabilidad, en armonía con las políticas y planes nacionales y locales de desarrollo.

Son competentes para:

(...).

5. Promover el desarrollo socioeconómico regional y ejecutar los planes y programas correspondientes.

(...).

4.5.2. Autonomía regional y límites constitucionales

En relación con ello, el Tribunal Constitucional, mediante la Sentencia 00012-1996-AJ/TC, ha precisado que la autonomía regional consiste en la “capacidad de autogobierno para desenvolverse con libertad y discrecionalidad, sin dejar de pertenecer a una estructura general representada por el Estado y por el ordenamiento jurídico que lo rige”. De esta definición se desprende que los gobiernos regionales, en el marco de sus competencias constitucionales, gozan de las potestades necesarias para ejercer su autogobierno y garantizar el cumplimiento de sus fines institucionales.

Sin embargo, como advierte el Tribunal Constitucional en el Expediente 00011-2008-PI/TC (Proceso de inconstitucionalidad contra algunos artículos de la Ordenanza Regional 007-2004-CR/GOB.REG.TACNA), la autonomía no puede confundirse con autarquía, puesto que su ejercicio debe realizarse siempre en respeto del ordenamiento jurídico que la otorga. Por tanto, las competencias conferidas a los gobiernos regionales por el artículo 192 de la Constitución deben interpretarse en armonía con las competencias del Gobierno Nacional y de los demás gobiernos regionales, evitando cualquier conflicto o superposición que afecte la unidad del Estado y el principio de descentralización ordenada.

4.5.3. Ley Orgánica de Gobiernos Regionales Ley 27867

Cabe precisar que, conforme a la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales – Ley 27867, las autoridades, funcionarios y servidores públicos están sujetos al principio de legalidad, en virtud del cual su actuación se encuentra subordinada a la

Constitución Política del Perú, las leyes y las demás normas que integran el ordenamiento jurídico nacional.

En ese sentido, el ejercicio de sus funciones debe realizarse dentro de las competencias y atribuciones expresamente conferidas, garantizando que la gestión pública regional se desarrolle en el marco del respeto a la Constitución, la descentralización y los principios de eficiencia, transparencia y responsabilidad administrativa.

Artículo 3. Jurisdicción

Los gobiernos regionales tienen jurisdicción en el ámbito de sus respectivas circunscripciones territoriales, conforme a Ley.

Artículo 4. Finalidad

Los gobiernos regionales tienen por finalidad esencial fomentar el desarrollo regional integral sostenible, promoviendo la inversión pública y privada y el empleo y garantizar el ejercicio pleno de los derechos y la igualdad de oportunidades de sus habitantes, de acuerdo con los planes y programas nacionales, regionales y locales de desarrollo.

Artículo 8. Principios rectores de las políticas y la gestión regional.

La gestión de los gobiernos regionales se rige por los siguientes principios:

(...):

13. Competitividad. - *El Gobierno Regional tiene como objetivo la gestión estratégica de la competitividad regional. Para ello promueve un entorno de innovación, impulsa alianzas y acuerdos entre los sectores público y privado, el fortalecimiento de las redes de colaboración entre empresas, instituciones y organizaciones sociales, junto con el crecimiento de eslabonamientos productivos; y, facilita el aprovechamiento de oportunidades para la formación de ejes de desarrollo y corredores económicos, la ampliación de mercados y la exportación.*

(...).

Artículo 10. Competencias exclusivas y compartidas establecidas en la Constitución Política del Perú y la Ley de Bases de la Descentralización

Los gobiernos regionales ejercen las competencias exclusivas y compartidas que les asignan la Constitución Política del Perú, la Ley de Bases de la Descentralización y la presente Ley, así como las competencias delegadas que acuerden entre ambos niveles de gobierno.

(...).

g) Facilitar los procesos orientados a los mercados internacionales para la agricultura, la agroindustria, la artesanía, la actividad forestal y otros sectores productivos, de acuerdo a sus potencialidades.

(...).

Artículo 15. Atribuciones del Consejo Regional

Son atribuciones del Consejo Regional:

a. Aprobar, modificar o derogar las normas que regulen o reglamenten los asuntos y materias de competencia y funciones del Gobierno Regional.

(...).

Artículo 38. Ordenanzas Regionales

Las Ordenanzas Regionales norman asuntos de carácter general, la organización y la administración del Gobierno Regional y reglamentan materias de su competencia.

(...).

Como se aprecia en la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales – Ley N. 27867, la jurisdicción, finalidad, principios rectores, competencias y atribuciones de los gobiernos regionales se encuentran claramente delimitadas en su texto normativo. Dicha ley reconoce su autonomía política, económica y administrativa para el ejercicio de las funciones que les son propias; sin embargo, esta autonomía debe entenderse dentro del marco de un Estado unitario y descentralizado, en el cual todas las instancias de gobierno actúan de manera coordinada y sujeta al ordenamiento constitucional.

En consecuencia, las competencias conferidas por el artículo 192 de la Constitución Política del Perú no pueden interpretarse en un sentido que obstaculice ni menoscabe las competencias del Gobierno Nacional ni las de otros gobiernos regionales, sino más bien deben ejercerse en armonía con los principios de subsidiariedad, complementariedad y coordinación intergubernamental, garantizando así una gestión pública eficaz, descentralizada y coherente con la unidad del Estado.

4.5.4. Ley de Bases de la Descentralización

El proceso de descentralización político-técnico constituye uno de los ejes centrales de la reforma del Estado peruano, orientado a lograr un buen gobierno, entendido como aquel que actúa con eficacia, eficiencia y orientación al servicio de la ciudadanía.

En ese marco, la Ley de Bases de la Descentralización – Ley 27783 establece el marco normativo general que regula las relaciones entre los distintos niveles de gobierno —nacional, regional y local—, así como la estructura y organización administrativa, económica, productiva, financiera, tributaria y fiscal del Estado descentralizado. Dicha norma desarrolla el principio de autonomía de los gobiernos subnacionales, precisando que esta no debe confundirse con autarquía, ya que su ejercicio debe realizarse en pleno respeto del ordenamiento jurídico y del marco constitucional.

La descentralización, en consecuencia, se configura como un proceso permanente, dinámico y participativo, que busca fortalecer la democracia, promover el desarrollo integral y sostenible de las regiones, y garantizar una mayor equidad en la distribución de los recursos públicos.

Por lo tanto, resulta pertinente destacar el objetivo, contenido y finalidad de la Ley de Bases de la Descentralización, en tanto constituye el fundamento jurídico e institucional que orienta la acción coordinada de los distintos niveles de gobierno en beneficio del desarrollo nacional y regional.

Artículo 1.- Objeto

La presente Ley orgánica desarrolla el Capítulo de la Constitución Política sobre Descentralización, que regula la estructura y organización del Estado en forma democrática, descentralizada y desconcentrada, correspondiente al Gobierno Nacional, Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales. Asimismo, define las normas que regulan la descentralización administrativa, económica, productiva, financiera, tributaria y fiscal.

Artículo 2.- Contenido

La presente Ley establece la finalidad, principios, objetivos y criterios generales del proceso de descentralización; regula la conformación de las regiones y municipalidades; fija las competencias de los tres niveles de gobierno y determina los bienes y recursos de los gobiernos regionales y locales; y, regula las relaciones de gobierno en sus distintos niveles.

Artículo 3.- Finalidad

La descentralización tiene como finalidad el desarrollo integral, armónico y sostenible del país, mediante la separación de competencias y funciones, y el equilibrado ejercicio del poder por los tres niveles de gobierno, en beneficio de la población.

4.6. Problemática que se pretende atender

De la propuesta legislativa, se puede concluir que la problemática que se pretende solucionar radica en buscar que se declare de interés nacional la creación del registro de marca Ica, debido a que a pesar de contar con una amplia riqueza cultural, turística y productiva —que incluye la agroexportación, la vitivinicultura, el turismo ecológico y gastronómico—, no existe una política pública articulada ni una protección legal específica que permita:

1. Evitar el uso indebido o no autorizado del nombre “Ica” en productos o servicios que no representen su calidad y origen.
2. Promover la competitividad y el reconocimiento internacional de los bienes y servicios producidos en la región.
3. Impulsar una identidad regional consolidada, que refleje la diversidad cultural, natural y económica de Ica.
4. Fomentar la articulación entre Estado, sector privado y ciudadanía para fortalecer la economía local a través de la marca regional.

Con esta propuesta legislativa, y de su posterior aprobación 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.

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 beneficios se expandan a otros sectores.

4.7. Planteamiento de soluciones a la problemática

La propuesta legislativa, plantea declarar de interés nacional la creación y registro de la marca Ica, a efectos de destacar la importancia del patrimonio cultural, histórico, natural; así como la de identificar los productos y servicios en el mercado de manera exclusiva a nivel nacional e internacional.

4.8. Análisis de las opiniones e información recibida

4.8.1. Opiniones solicitadas

La Comisión solicito opiniones técnicas a las siguientes instituciones y otros:

- **Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi**, mediante Oficio PO N° 087-2025-2026/CODECO-CR, de fecha 23 de setiembre de 2025.
- **Gobernador Regional de Ica**, mediante Oficio PO N° 088-2025-2026/CODECO-CR, de fecha 23 de setiembre de 2025.
- **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR**, mediante Oficio PO N° 089-2025-2026/CODECO-CR, de fecha 23 de setiembre de 2025
- **Ministerio de Cultura - MINCUL**, mediante Oficio PO N° 090-2025-2026/CODECO-CR, de fecha 23 de setiembre de 2025.
- **Cámara Nacional de Turismo del Perú - CANATUR**, mediante Oficio PO N° 091-2025-2026/CODECO-CR, de fecha 23 de setiembre de 2025.

4.8.2. Opiniones recibidas

Se han recibido las siguientes opiniones técnicas:

- **Del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi**, remitió su opinión dirigida a la presidenta de la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos - CODECO, a través del Oficio 490-2025-PRE/INDECOPI, de fecha 15 de octubre de 2025, suscrito por el señor Alberto Villanueva Eslava, presidente ejecutivo.
- **Del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR**, mediante Oficio 884-2025-MINCETUR/DM de fecha 25 de noviembre de 2025, suscrito por la señora Teresa Stella Mera Gómez, Ministra del sector, quien remitió los Memorándum 560-2025-MINCETUR/SG/OGAJ e Informe 0048-2025MINCETUR/SG/OGAJ-CRC, elaborado por la Oficina General de Asesoría Jurídica, así como el Memorándum 1539-2025-MINCETUR/VMT del Viceministerio de Turismo, e Informe N° 0120-2025-MINCETUR/VMT/DGET/DPDT-VAY de la Dirección de Productos y Destinos Turísticos de la Dirección General de Estrategia Turística.

- **Del Ministerio de Cultura - MINCUL**, mediante Oficio 001058-2025-DM/MC, de fecha 20 de noviembre de 2025 suscrito por el señor Alfredo Martión Luna Briceño, ministro del sector, quien remitió su opinión dirigida al señor congresista Jorge Zevallos Aponte, presidente de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo. Documento que contiene el Informe 001498-2025-OGAJ-SG/MC de la Oficina General de Asesoría Jurídica, el cual adjunta el Memorando 000594-2025-VMPCIC/MC.
- **De la Cámara de Comercio de Ica**, mediante Carta 76-2026-CCITICA/AA, de fecha 17 de marzo de 2026 suscrito por el señor Eduardo Enrique Ojeda Dávila y Violeta Ramírez Sardón, presidentes, quienes remiten opinión.

Así también se recibió la Carta 369-2025-CCITICA/AA, de fecha 29 de octubre de 2025 suscrito por el señor Eduardo Enrique Ojeda Dávila - presidente, quien remitió su opinión dirigida al señor congresista Jorge Alfonso Marticorena Mendoza, quien remitiera el mismo a esta comisión mediante Oficio N° 313-2025-2026/JAMM-CR.

- **De la Cámara Nacional de Turismo del Perú – CANATUR**, mediante Carta 183-2026-CNT, de fecha 6 de mayo de 2026 suscrito por el señor José Koechlin von Stein presidente del Consejo Directivo de Canatur, quien remiten opinión favorable.

4.8.3. Análisis de las opiniones recibidas.

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – Indecopi, del Informe N° 000043-2025-DSD/INDECOPÍ, podemos resaltar lo siguiente:

a) Sobre las competencias de la Dirección de Signos Distintivos del Indecopi

4. La Dirección de Signos Distintivos (DSD) es la instancia del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPÍ), encargada de administrar el sistema de derechos sobre marcas de producto o de servicio, marcas colectivas, marcas de certificación, nombres y lemas comerciales, denominaciones de origen, indicaciones geográficas, especialidades tradicionales garantizadas y de cualquier otro signo que la legislación sujete a su responsabilidad. La DSD es competente para inscribir las renovaciones y actos modificatorios relacionados con los derechos inscritos, tales como transferencias, cambio de nombre y domicilio, licencias de uso, anotaciones de embargo y registro de garantías mobiliarias.

5. Además, conoce y resuelve en primera instancia administrativa, a través de la Comisión de Signos Distintivos, los procesos contenciosos relacionados con los derechos sobre tales signos: oposiciones, cancelaciones, nulidades y reivindicación de derechos; y, conoce y resuelve en segunda instancia administrativa, las apelaciones en los procesos no contenciosos. También se incluyen bajo su competencia, los procedimientos por infracción a los derechos de propiedad industrial en materia de signos distintivos.

6. La competencia y funciones de la DSD se encuentran regulada en el Decreto Legislativo N° 1033, Ley de Organización y Funciones del Indecopi, y el Decreto

Legislativo N° 1075 y sus modificatorias; así como por la Decisión 486 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena (Régimen Común sobre Propiedad Industrial).

b) Importancia de los signos distintivos para los empresarios y el desarrollo de políticas de promoción económica

7. El Proyecto de Ley expresa el interés por desarrollar una marca como herramienta de desarrollo económico, cultural y turístico de la Región Ica. Esto no se contradice ni contraría lo que nuestra ley prevé en materia de marcas y otros signos distintivos; por el contrario, es un claro ejemplo de que, hoy en día, no solo las empresas compiten en el mercado por la preferencia de los consumidores, sino que también las regiones o ciudades compiten entre sí buscando atraer inversiones, la preferencia de los turistas o destacar sus productos y servicios frente a los de otros lugares.

8. De manera similar a los empresarios que encuentran en las marcas un instrumento para diferenciar y posicionar sus productos y servicios en los mercados nacional e internacional, las Administraciones Públicas del ámbito regional o local, encuentran en las marcas un instrumento para el desarrollo de políticas de promoción económica, posicionar las bondades turísticas del territorio, brindar facilidades para realizar inversiones o distinguir los productos y servicios frente a los de otros lugares (exportaciones).

9. Las marcas impulsadas por Gobiernos Regionales o Locales, normalmente, son creadas para ser usadas, por todo aquel que tenga interés, conjuntamente con sus marcas propias, con la finalidad de beneficiarse de la identidad y el valor intangible de la imagen positiva de una región, ciudad o territorio en el mundo.

10. En efecto, los signos distintivos (marcas de productos y de servicios, marcas colectivas, marcas de certificación, denominaciones de origen, indicaciones geográficas, entre otros) ayudan a los agentes económicos a diferenciar y posicionar sus productos y servicios en los mercados nacional e internacional. Así, por ejemplo, en el caso de las marcas, éstas identifican el origen empresarial de los productos y servicios, transmiten información a los consumidores, evitan el riesgo de confusión entre estos y garantizan la leal y libre competencia en el mercado.

11. Las marcas de producto y de servicio permiten que los consumidores puedan distinguir los productos y servicios de una y otra empresa competidora y que éstos sean asociados a una calidad deseada. Asimismo, juegan un papel fundamental en la estrategia de ingresar a nuevos mercados.

12. Las marcas colectivas permiten que los miembros de una organización de productores puedan beneficiarse de la reputación adquirida sobre la base de la procedencia geográfica de los productos o servicios u otra característica común, como la materia prima, los procesos de producción, la calidad, la aplicación de métodos ancestrales o tradicionales, entre otros; por lo que promueve la estandarización de los

productos o servicios. Además, de ser un instrumento que promueve las alianzas y asociatividad entre los productores.

13. Las marcas de certificación permiten garantizar a los consumidores que los productos y servicios a los cuales se aplican estos signos distintivos cumplen con determinadas características o cualidades que son controladas y supervisadas por el titular de la marca, generando confianza en las transacciones de mercado.

14. Las denominaciones de origen e indicaciones geográficas anuncian a los consumidores que los productos procedentes de una determinada zona geográfica cuentan con determinada reputación, calidad o cualidades que se deben al medio geográfico; por ejemplo, el clima, el suelo y el saber hacer de las personas de dicha zona geográfica.

15. Así, los derechos de propiedad intelectual, en general, y los signos distintivos en particular, son fundamentales para el desarrollo de una estrategia de promoción comercial; dado que permiten: Distinguir los productos y servicios y hacerlos fácilmente reconocibles; Promover los productos o servicios y crear una clientela fiel; Diversificar la estrategia de mercado para dirigirla a distintos grupos de clientes y Comercializar los productos en el extranjero.

16. Sin perjuicio de lo anteriormente señalado, es importante destacar que el punto IV Sustento Legal de la Exposición de Motivos, hace referencia tanto a las marcas como a las marcas colectivas, cuya regulación está contenida en la Decisión 486 de la Comunidad Andina y en el Decreto Legislativo N° 1075 y sus modificatorias. Por ello, se recomienda revisar ambas normas como base legal para cualquier trámite o análisis relacionado con esas figuras. Asimismo, se advierte que en dicho apartado se mencionan las indicaciones geográficas y denominaciones de origen, figuras que no sólo también se encuentran reguladas en nuestro país por las normas mencionadas líneas antes y otras de carácter especial, como el Decreto Supremo N° 170-2021-PCM, sino que además tienen una naturaleza distinta a la figura objeto de interés, esto es, la Marca Ica.

La entidad consultada concluye que:

17. La Dirección de Signos Distintivos es la instancia del Indecopi encargada de administrar el sistema de derechos sobre marcas de producto o de servicio, nombres y lemas comerciales, denominaciones de origen, indicaciones geográficas, especialidades tradicionales garantizadas y de cualquier otro signo que la legislación sujete a su responsabilidad.

18. El Proyecto de Ley expresa el interés del Gobierno Regional de Ica por desarrollar una marca que le permita impulsar y atraer inversiones, la preferencia de los turistas o destacar sus productos y servicios frente a los de otros lugares, lo cual no se contradice ni contraría lo que nuestra ley prevé en materia de marcas y otros signos distintivos.

19. *Se sugiere que una vez definido el diseño de la marca que se busca impulsar, se coordine con el equipo técnico de la Dirección de Signos Distintivos del Indecopi a fin de apoyar en la realización de búsquedas de antecedentes registrales (fonéticos y figurativos) que permitan analizar la viabilidad de la solicitud de registro de marca a presentarse.*

20. *El equipo de promoción de la Dirección de Signos Distintivos del Indecopi se encuentra en capacidad y plena disposición de brindar capacitación, orientación, asistencia y acompañamiento en todo lo relacionado a la obtención, protección, uso y gestión de marcas de producto y servicio, marcas de certificación, entre otros signos distintivos de su competencia.*

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, Puno, entre otros.*

22. *Sin perjuicio de lo anteriormente señalado, es importante destacar que el punto IV Sustento Legal de la Exposición de Motivos, hace referencia tanto a las marcas como a las marcas colectivas, cuya regulación está contenida en la Decisión 486 de la Comunidad Andina y en el Decreto Legislativo N° 1075 y sus modificatorias. Por ello, se recomienda revisar ambas normas como base legal para cualquier trámite o análisis relacionado con esas figuras. Asimismo, se advierte que en dicho apartado se mencionan las indicaciones geográficas y denominaciones de origen, figuras que no sólo también se encuentran reguladas en nuestro país por las normas mencionadas líneas antes y otras de carácter especial, como el Decreto Supremo N° 170-2021-PCM, sino que además tienen una naturaleza distinta a la figura objeto de interés, esto es, la Marca Ica.*

El INDECOPI emite una opinión favorable al considerar que la creación y registro de la Marca Ica se alinea con la legislación vigente sobre propiedad industrial y representa una herramienta adecuada para la promoción del desarrollo económico y turístico regional. Asimismo, recomienda la coordinación técnica con la Dirección de Signos Distintivos para garantizar la adecuada implementación y registro de la marca.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR ha señalado que revisado el objeto del proyecto de ley consideran, tanto el Viceministerio de Turismo como la Oficina General de Asesoría Jurídica que son competencias ajenas al MINCETUR señalados en el artículo 2 de la Ley 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, siendo el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI es la entidad competente para emitir opinión sobre el referido Proyecto, en atención a la norma antes señalada no tener competencia. Estableciendo en sus conclusiones lo siguiente:

(...) conforme a la opinión antes mencionada del Viceministerio de Turismo y en el presente Informe, esta Oficina General considera que el Sector Comercio Exterior

y Turismo ***no es competente para emitir opinión*** sobre el Proyecto de Ley N° 12520/2025-CR, 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, por lo que se recomienda la exclusión de la mención a los términos MINCETUR, turismo y otros vinculados al sector de dicho Proyecto en la Exposición de Motivos.

El Ministerio de Cultura - MINCUL, remite la opinión del despacho viceministerial de Patrimonio Cultural e Industrias Culturales, así como de la Oficina General de Asesoría Jurídica. Estableciendo en sus conclusiones lo siguiente:

Teniendo en cuenta las funciones y competencias asignadas al Ministerio de Cultura y estando a que el objeto del Proyecto de Ley no está ligado al Patrimonio Cultural de la Nación, la creación cultural contemporánea y artes vivas, la gestión cultural e industrias culturales o la pluralidad étnica y cultural de la Nación se advierte que este ministerio no es competente para emitir pronunciamiento respecto de la fórmula legal del Proyecto de Ley.

La Cámara de Comercio de Ica, ha señalado lo siguiente:

Esta iniciativa constituye una acción estratégica para fortalecer la identidad cultural, económica y turística de nuestra región, así como para distinguir y proteger los productos y servicios iqueños en los mercados nacionales e internacionales. De acuerdo con la exposición de motivos del proyecto, la región Ica aporta aproximadamente el 65 % de la agroexportación nacional, destacando en productos como la uva, el espárrago, la palta y el pisco —primer destilado de América Latina y patrimonio cultural del Perú—, además de poseer recursos turísticos emblemáticos como las Líneas de Nasca, la Huacachina, la Reserva Nacional de Paracas y la Playa Roja, recientemente reconocida por National Geographic como una de las siete maravillas naturales de Sudamérica.

La creación de la Marca Ica permitirá:

- Consolidar la reputación de Ica como símbolo de calidad, innovación y legado histórico-natural.
- Impulsar la competitividad de las industrias regionales, atrayendo inversiones y generando empleo sostenible.
- Fortalecer la articulación público–privada entre el Estado, el Gobierno Regional, DIRCETUR, PROMPERÚ y los gremios empresariales.
- Promover el turismo sostenible y la conservación de nuestros ecosistemas frágiles, potenciando la oferta turística y cultural.

Asimismo, el proyecto está alineado con la Política de Estado N.º 3 del Acuerdo Nacional, referida a la afirmación de la identidad nacional, y se sustenta en los artículos 44º y 58º de la Constitución Política del Perú, que promueven el bienestar general y la libre iniciativa privada.

Por todo lo expuesto, la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica manifiesta su pleno respaldo a la aprobación del Proyecto de Ley N.º 12520, por representar una oportunidad concreta para impulsar el desarrollo integral, sostenible y competitivo de la región Ica, fortaleciendo su posicionamiento como marca regional de orgullo nacional.

La Cámara de Comercio de Ica emite una opinión favorable al considerar que la creación y registro de la Marca Ica se alinea con la legislación vigente, se enmarca en las políticas que impulsa el Acuerdo Nacional, referida a la afirmación de la identidad nacional y la Constitución Política. Señalan que representa una oportunidad concreta para impulsar el desarrollo integral, sostenible y competitivo de la región Ica, fortaleciendo su posicionamiento como marca regional de orgullo nacional.

La Cámara Nacional de Turismo del Perú – CANATUR, ha señalado que con la aprobación del proyecto de ley se permitirá reforzar el valor de la región Ica no solamente por sus atractivos turísticos sino también para facilitar su desarrollo económico, considerando su importante industria agroexportadora, vitivinícola y gastronómica.

4.9. Posición de la Comisión

La Comisión ha efectuado un análisis integral sobre el impacto y los efectos que generaría la propuesta legislativa en relación con su objetivo y alcances. En ese sentido, concuerda con la posición del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), al considerar que la iniciativa no contraviene el marco normativo vigente, sino que se enmarca en las competencias y fines del Estado en materia de promoción del desarrollo económico regional y fortalecimiento de la identidad territorial.

La creación de la marca Ica representa una herramienta estratégica para impulsar el desarrollo integral de la región, siguiendo el ejemplo de otras experiencias exitosas en el país. Dicha marca contribuirá a consolidar la oferta turística, cultural y comercial de Ica, haciéndola más atractiva y competitiva, además de estimular las inversiones, el turismo y las exportaciones, factores esenciales para el crecimiento sostenible de la región en los ámbitos nacional e internacional.

La experiencia demuestra que las marcas regionales fortalecen la identidad, atraen inversiones y posicionan territorios en el mundo y existe el antecedente de la Ley 31838, promulgada el 18 de julio de 2023, impulsada por esta comisión que declaró de interés nacional la creación y registro de la "Marca Puno".

Asimismo, una marca constituye una herramienta de promoción y posicionamiento que permitirá al Departamento de Ica expresar su identidad cultural, productiva y social, convirtiéndose en un símbolo de orgullo y competitividad. Su implementación será, a la vez, una oportunidad y un desafío para lograr que los beneficios de la Marca Ica se extiendan hacia otros sectores económicos y sociales, promoviendo un desarrollo regional inclusivo.

4.10. Análisis del marco normativo y efecto de la vigencia de la norma.

Del análisis del marco normativo nacional, se advierte que la presente iniciativa legislativa no contraviene ninguna disposición vigente, toda vez que se trata de una ley de carácter declarativo, orientada a reconocer y promover la creación de la Marca Ica como instrumento de desarrollo económico, turístico y cultural.

La norma propuesta no genera obligaciones de carácter coercitivo, sino que expresa un reconocimiento y respaldo del Estado a una estrategia de diferenciación regional basada en la identidad, productividad e innovación. Su vigencia permitirá posicionar la imagen de Ica como una región productiva, exportadora y de alto potencial turístico, alineada con los principios de integración regional, competitividad e identidad cultural.

De acuerdo con la propuesta, el Gobierno Regional de Ica será el ente responsable de la creación, gestión y promoción de la Marca Ica, en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y con el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), instituciones que brindarán asesoría técnica y acompañamiento especializado en el proceso de diseño, registro y posicionamiento de la marca, conforme a la legislación de propiedad industrial y a las políticas nacionales de promoción turística y comercial.

4.11. Análisis Costo Beneficio

El impacto económico esperado es positivo, ya que la 'Marca Ica' permitirá incrementar la visibilidad de los productos locales, potenciar la industria turística y generar confianza en los mercados internacionales. Los costos de registro y promoción serán asumidos por el Gobierno Regional dentro de sus competencias, sin implicar gasto adicional para el Tesoro Público.

La Comisión considera que la iniciativa legislativa, al tener carácter declarativo, no genera gasto alguno para el Tesoro Público, ni contraviene lo dispuesto en el artículo 79 de la Constitución Política del Perú. Por el contrario, su finalidad es declarar de interés nacional la creación y registro de la "Marca Ica", concebida como una estrategia de desarrollo regional orientada a distinguir los productos y servicios propios de la Región Ica, la cual se caracteriza por su legado cultural, histórico y natural, así como por su calidad, innovación y especialización productiva, conforme a los criterios que establezca el Gobierno Regional de Ica.

Una vez aprobada la norma, corresponderá al Gobierno Regional de Ica —en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) y el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI)— impulsar el diseño, creación y registro de la Marca Ica.

Los costos administrativos derivados de este proceso se enmarcan en las funciones y competencias propias del gobierno regional, por lo que no representan un gasto significativo, especialmente si se consideran los beneficios económicos y sociales que la marca generará en términos de mayor competitividad, atracción de inversiones y dinamización del turismo en la región.

V. CONCLUSIÓN

Por las consideraciones antes expuestas la Comisión de Defensa del Consumidor y Organismos Reguladores de los Servicios Públicos, en concordancia con lo dispuesto en el literal b) del artículo 70 del Reglamento del Congreso de la República, recomienda el la **APROBACIÓN** del Proyecto de Ley **12520/2025-CR**, con el siguiente texto sustitutorio:

TEXTO SUSTITUTORIO

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. Declaración de interés nacional

Se 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, que se caracteriza por su legado cultural, histórico y natural.

Dese cuenta

Sala de Comisión.

12 de mayo de 2026.



Firmado digitalmente por:
QUISPE MAMANI Wilson
Rusbel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 12/05/2026 16:52:46-0500



Firmado digitalmente por:
CERRON ROJAS Waldemar
Jose FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 13:08:02-0500



Firmado digitalmente por:
BAZAN CALDERON Diego
Alonso Fernando FAU 20161749126
soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 12/05/2026 23:16:21-0500



Firmado digitalmente por:
BARBARAN REYES Rosangela
Andrea FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 09:46:15-0500



Firmado digitalmente por:
OBANDO MORGAN Auristela
Ana FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 12:01:29-0500



Firmado digitalmente por:
LIMACHI QUISPE Nieves
Esmeralda FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 11:44:30-0500



Firmado digitalmente por:
GUTIERREZ TICONA Paul
Silvio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 10:36:06-0500



Firmado digitalmente por:
GARCIA CORREA Idelso
Manuel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 10:47:30-0500



Firmado digitalmente por:
SOTO PALACIOS Wilson FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 11:18:25-0500



Firmado digitalmente por:
BUSTAMANTE DONAYRE Carlos
Ernesto FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 17:12:58-0500



Firmado digitalmente por:
CICCIA VASQUEZ Miguel
Angel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 13/05/2026 11:29:51-0500