



CARLOS JAVIER ZEBALLOS MADARIAGA
Congresista de la Republica

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"



PROYECTO DE LEY QUE DECLARA DE INTERES NACIONAL Y NECESIDAD PUBLICA EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO" COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA REGION PUNO

Los congresistas miembros del Grupo Parlamentario Integridad y Democracia, a iniciativa del Congresista **Carlos Javier Zeballos Madariaga**, en ejercicio del derecho a iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107° de la Constitución Política y de conformidad a dispuesto en los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, presentan la siguiente iniciativa legislativa:

PROYECTO DE LEY

El congreso de la República
Ha dado la siguiente Ley:

LEY QUE DECLARA DE INTERES NACIONAL Y NECESIDAD PUBLICA EL REGISTRO DE LA "MARCA PUNO", COMO ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA REGION PUNO

Artículo 1°. Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto declarar de interés nacional y necesidad publica el registro de la "Marca Puno", como estrategia de desarrollo para la identificar los productos y servicios que se pretenden distinguir en el mercado de manera exclusiva a nivel nacional e internacional, dada la importancia del patrimonio cultural, histórico y natural de la Región Puno.

Artículo 2°. De la coordinación intersectorial e interregional

El Poder Ejecutivo a través de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en coordinación con el Gobierno Regional, deberán priorizar las acciones necesarias para el registro del signo distintivo, constituido por la denominación denominativa, como figurativa, ante el Instituto Nacional de Defensa de la

Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual – INDECOPI en su calidad de Órgano Público Especializado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, con la finalidad de fortalecer el desarrollo económico regional, la actividad del comercio exterior, del turismo y de la artesanía de la región Puno.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

UNICA. - Vigencia de la Ley

La presente ley entrara en vigor a partir del día siguiente de su publicación en el diario oficial "El Peruano".

Lima, agosto de 2022.



Firmado digitalmente por:
PABLO MEDINA Flor Aidee
FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 31/08/2022 16:59:42-0500



Firmado digitalmente por:
ZEBALLOS MADARIAGA Carlos
Javier FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 29/08/2022 10:12:00-0500



Firmado digitalmente por:
ALCARRAZ AGUERO Yorel
Kira FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 01/09/2022 16:42:50-05

.....
CARLOS JAVIER ZEBALLOS MADARIAGA
Congresista de la República



Firmado digitalmente por:
ACUÑA PERALTA Segundo
Hector FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 01/09/2022 09:47:29-0500



Firmado digitalmente por:
PABLO MEDINA Flor Aidee
FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 31/08/2022 17:00:11-0500



Firmado digitalmente por:
PAREDES PIQUE Susel Ana
Maria FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 31/08/2022 17:34:14-05



Firmado digitalmente por:
ALVA ROJAS Carlos Enrique
FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

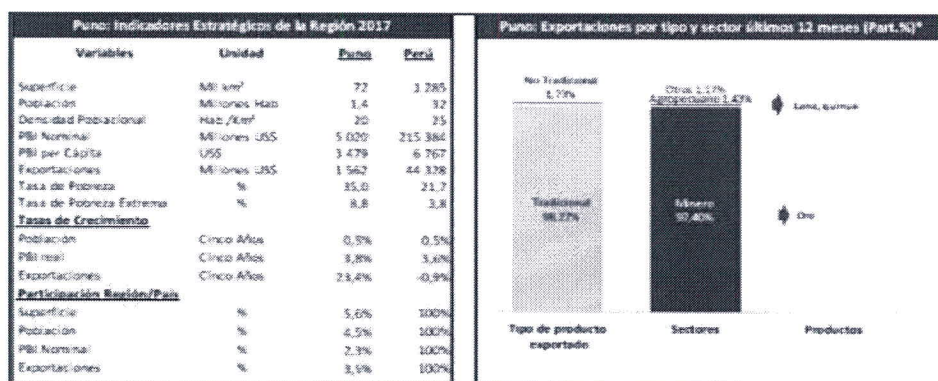
I. MARCO CONCEPTUAL

La presente iniciativa ha sido elaborada como una propuesta de valor de lo que ofrece el departamento de Puno a los visitantes e inversionistas, se origina en 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.

El objetivo final de esta propuesta es la de obtener el posicionamiento de la futura “Marca Puno” en el mercado nacional e internacional, proyectando una imagen de región productiva y exportadora, bajo los principios de integración e identidad, siendo necesario destacar la importancia de identificar y unificar los productos y servicios en el mercado de manera exclusiva hacia los consumidores e inversionistas.

El departamento de Puno es la décima región más importante del interior del país, debido a que concentra el 4,5% de la población y el 2,3% de la producción, su economía está basada principalmente en actividades agropecuarias y mineras. Es el principal productor de papa y quinua del país, debido a la buena disponibilidad de pastos naturales y agua que han permitido la producción de lana y pelo fino de alpaca; además de truchas¹.

Por su parte, en la actividad minera, la región cuenta con reservas de estaño (100% del país), plomo (21%) y oro (6%), destacando como la mayor exportadora de Oro por encima de La Libertad y Cajamarca. En la macrorregión sur, es la cuarta región exportadora (12% de participación). Casi la totalidad de la canasta exportadora de Puno es tradicional (98%), destacando la exportación de oro (97%)².



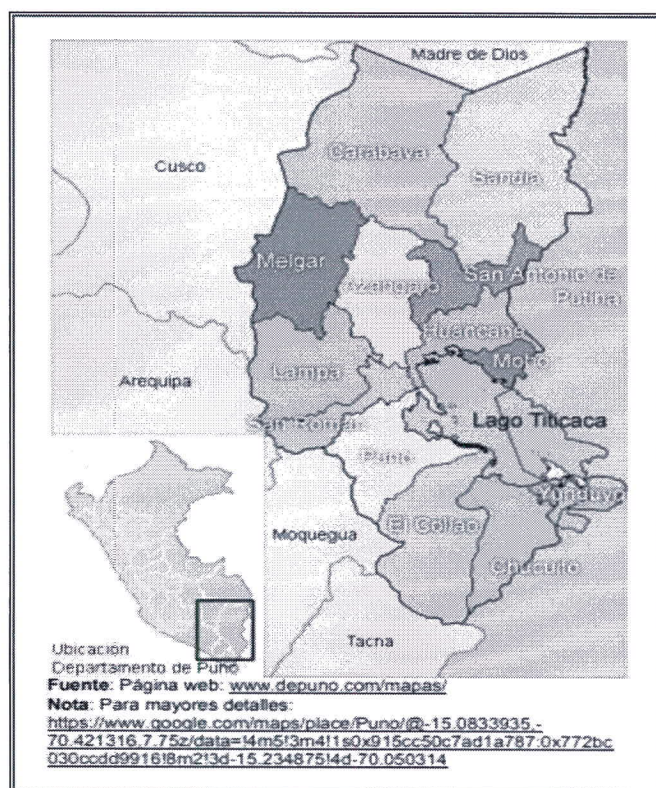
Elaborado: DOPI MINCETUR (JUN.2017 a JUN.2018)
 Fuente: SUNAT

¹ Reporte Regional de Comercio Puno, Primer Semestre 2018 de la Dirección General de Investigación y Estudios sobre Comercio Exterior del Viceministerio de Comercio Exterior – MINCETUR.

² Ibidem.

II. REGIÓN DE PUNO

El departamento de Puno está ubicado al extremo sur este del Perú, entre los 13°00'00" y 17°17'30" de latitud sur y los 71°06'57" y 68°48'46" de longitud oeste del meridiano de Greenwich; cuenta con una extensión territorial de 71 999,0 km² (6,0 por ciento del territorio nacional) siendo el quinto departamento más grande en el ámbito nacional. Limita por el norte con la región Madre de Dios, por el este con el país de Bolivia, por el sur con la región Tacna y el país de Bolivia y por el oeste con las regiones de Moquegua, Arequipa y Cusco.³



El territorio puneño comprende 43 886,36 km² de sierra (61,0 por ciento) y 23 101,86 km² de zona de selva (32,1 por ciento), 14,5 km² de superficie insular (0,02 por ciento) y 4 996,28 km² (6,9 por ciento) que corresponden a la parte peruana del lago Titicaca. La región abarca un perímetro fronterizo de 1 108 km, que representa el 11,0 por ciento de línea de frontera del Perú.

La región está subdividida en 13 provincias y 110 distritos, distribuidos de la siguiente manera: Puno 15 distritos, Azángaro 15, Carabaya 10, Chucuito 7, El Collao 5, Huancané 8,

³ Departamento de Estudios Económicos Sucursal Puno del Banco Central de Reservas del Perú, Participaron en la elaboración de este documento Luis Arpi Quilca, Liseth Condori Fernández y Elizabeth Quispe Álvarez

Lampa 10, Melgar 9, Moho 4, San Antonio de Putina 5, San Román 5, Sandia 10 y Yunguyo 7.⁴

La Región Puno tiene una historia originaria y milenaria, de culturas preincas: Pukara, Tiahuanaco, Lupaca entre otros; Inca, cuyas manifestaciones aún se mantienen vivas, muchas ubicadas alrededor del Lago Titicaca (DIRCETUR PUNO, 2011), tiene majestuosos paisajes, islas y playas que ofrece el Lago Titicaca, la inmensa biodiversidad de la selva Puneña, las chullpas enigmáticas de Sillustani, la arquitectura colonial en templos, casonas, balcones que datan del siglo XVI en Lampa, Juli, Puno, atractivos que hacen un potencial turístico de nivel internacional (DIRCETUR PUNO, 2011).⁵

En la actualidad hay iniciativa política nacional, regional y local de reconocer al turismo como un sector prioritario de desarrollo, debido al importante crecimiento que viene manifestando durante los últimos años; demostrando un aporte económico significativo con la generación de divisas y el empleo nacional, regional y local. MINCETUR, (2012) mejorando la calidad de vida de las comunidades generando el empleo en forma descentralizada. Por ello, es necesario alcanzar la sostenibilidad y competitividad de la actividad turística del Perú a nivel mundial propiciando nuevos destinos.⁶

III. ACTIVIDAD PRODUCTIVA

La importancia de Puno en el contexto nacional se evidencia en el caso de la carne y fibra de alpaca, con una participación de 46,9 y 61,6 por ciento, respectivamente; otros productos relevantes son la lana de ovino, carne de ovino y carne de vacuno representando el 40,7, 26,5 y 11,5 por ciento del total nacional, respectivamente. Además, merecen especial atención los derivados lácteos, debido al dinamismo de las cuencas lecheras de los distritos de Mañazo, Acora y Asillo, aunándose a los ya consolidados Azángaro, Melgar y Taraco⁷.

Los cultivos más importantes en la región, tomando en cuenta el Valor Bruto de Producción (VBP) de 2020 a precios de 2007, fueron: papa (33,6 por ciento), avena forrajera (23,3 por ciento), alfalfa (17,1 por ciento), quinua (4,2 por ciento), cebada forrajera (4,0 por ciento) y café (3,4 por ciento); mientras que, considerando el área sembrada en la campaña 2020- 20218 , fueron: avena forrajera (28,6 por ciento), papa (23,1 por ciento), quinua (13,7 por

⁴ Ibidem

⁵ Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico – Perú, Noemí Emperatriz Cayo Velásquez, Alejandro Apaza Tarqui

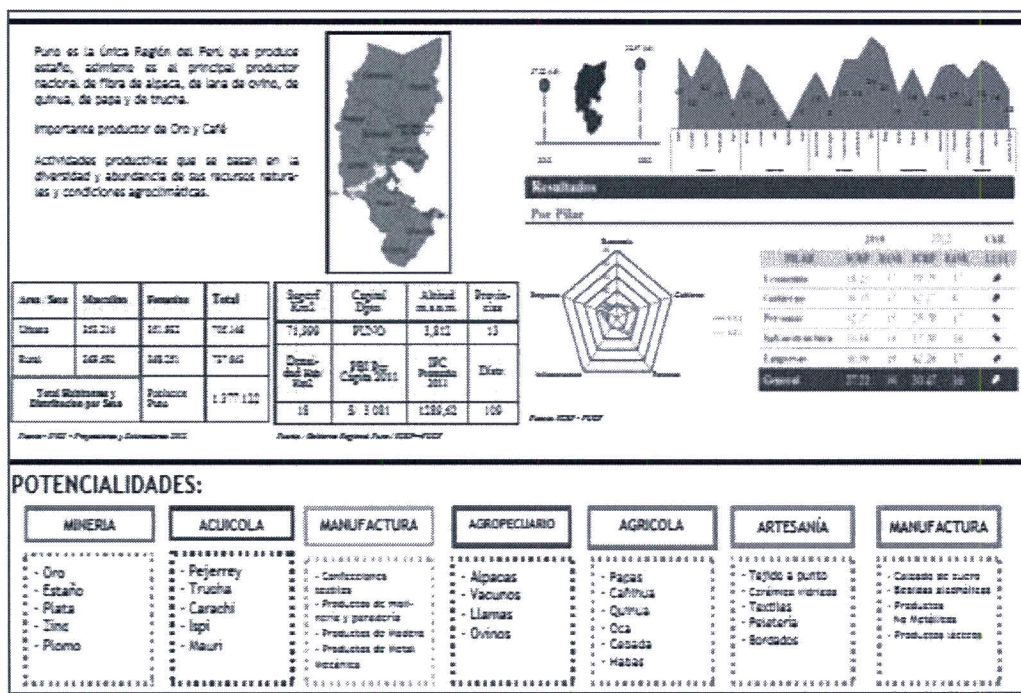
⁶ ibidem

⁷ Departamento de Estudios Económicos Sucursal Puno del Banco Central de Reservas del Perú, Participaron en la elaboración de este documento Luis Arpi Quilca, Liseth Condori Fernández y Elizabeth Quispe Álvarez

ciento), cebada grano (8,9 por ciento), cebada forrajera (5,4 por ciento) y habas (3,9 por ciento).⁸

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

Los principales productos que conforman la oferta exportable regional, están constituidos por productos que cuentan con la demanda del mercado exterior: Quinua, Cañihua, Café, Habas, Textil Confecciones en base a la fibra de alpaca, Trucha en sus diferentes presentaciones; Minería (estaño) Joyería de Oro y Plata; Turismo convencional y el Turismo Rural Comunitario, con sus principales atractivos turísticos: Lago Titicaca con sus Islas de Taquile, Amantani y las Islas Flotantes de los Uros; el Folklore con su diversidad de danzas autóctonas y traje de luces que se manifiestan en sus fiestas patronales y finalmente la gastronomía de Platos Típicos y de Gourmet (Novo Andino). En el rubro no tradicional, destacan las exportaciones agropecuarias. Puno es la mayor exportadora de quinua y de lana sucia de la macro región sur. Además, destacan los envíos de pelo fino de alpaca y harina de maca.⁹



Elaboración: PROMPERU
 Fuente: SUNAT

⁸ Ibid

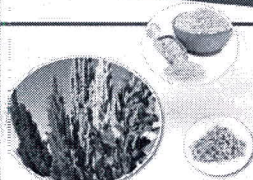
⁹ DIRCETUR Puno .

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

CARTILLA INFORMATIVA DE LA QUINUA

Dir. cetur

Chenopodium quinoa Willd.



(¿POR QUÉ EXPORTAR QUINUA?)

Las bondades de quinoa conocida como el "Grano de Oro", así como por su alto valor nutricional, considerada como el único alimento del reino vegetal que provee todos los aminoácidos esenciales que se encuentran extremadamente cerca de los estándares de nutrición humana establecidos por la FAO.

El creciente interés de las personas y países por este alimento básico ha generado el aumento de exportaciones del grano de oro producido especialmente en el departamento de Puno, cuyo producto orgánico.

UNIDADES COMERCIALES PRODUCTIVAS EN LA REGIÓN PUNO

Variedad	Color grano	Tamaño del grano	Contenido de savadura
Lacinto PISA	Blanco	Grande	Bajo
Canchali	Blanco	Mediano	Alto
Pasachalla	Rosado (amarillo-castaño)	Mediano a gran	Bajo
Negra collana	Negro	Mediano a pequeño	Bajo

FUENTE: SECRETARÍA TÉCNICA SET QUINUA

PRODUCCIÓN DE QUINUA - REGIÓN PUNO POR PROVINCIA (Tm) 2017 - 2019

PROVINCIA	2017	2018	2019	VAR %
ALCANTAR	9,505.05	8,370.00	8,775.00	4%
CAMBAYA	75.95	86.10	89.00	3%
CHUCUITO	1,977.00	1,625.00	1,633.00	6%
EL COLLAO	5,488.00	1,436.00	5,486.00	6%
HUACAPANE	4,375.00	4,375.00	4,408.00	2%
LAMPA	1,436.00	1,573.00	1,765.00	5%
MELGAR	1,174.90	1,353.90	1,387.50	4%
MOLINO	130.30	125.00	130.00	4%
PUNO	5,206.00	5,109.00	5,200.00	3%
S.A. PUTINA	345.00	490.00	386.00	3%
SAN ROMÁN	5,290.00	5,093.00	5,121.00	4%
TUNGURAY	495.00	885.00	1,172.00	3%
TOTAL	39,609.75	38,858.00	39,536.50	2%

FUENTE: DIR. PUNO

PRODUCCIÓN NACIONAL DE LA QUINUA (Tm) 2017 - 2019

DEPARTAMENTOS	2017	2018	2019
NACIONAL	39,609.75	38,858.00	39,536.50
PUNO	39,609.75	38,858.00	39,536.50

FUENTE: MINAGRI

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE QUINUA (Miles de Dólares Americanos)

RK	Países	Valor Export 2017	Valor Export 2018	Valor Export 2019
1	EE.UU.	809,268	860,877	872,970
2	Canadá	315,742	266,693	242,688
3	Francia	187,465	150,400	151,053
4	Alemania	150,588	160,793	150,796
5	Países Bajos	137,584	174,600	124,447
6	Reino Unido	89,111	83,857	103,000
7	Italia	86,450	105,033	94,244
8	Belgica	48,130	51,377	73,334
9	Australia	1,090	71,139	14,486
10	Italia	50,633	85,458	77,884

FUENTE: TRANSAGROP

PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE QUINUA (Miles de Dólares Americanos)

RK	Países	Valor Export 2017	Valor Export 2018	Valor Export 2019
1	Perú	83,300.3	123,127	121,876
2	Belgica	8,142.7	7,446.0	8,063.0
3	Francia	3,882	3,582	8,113
4	Países Bajos	1,446.8	1,224.9	2,469.9
5	EE. UU.	250.75	183.07	153.18
6	Alemania	320.8	253.10	204.4
7	Francia	39.7	57.70	63.3
8	Belgica	25.96	27.25	40.35
9	Italia	90.51	47.09	32.97

FUENTE: TRANSAGROP

Actualmente la exportación de quinoa es liderada por el Perú, seguido de Bolivia, España, Países Bajos, EE. UU. y otros países como muestra el cuadro. Perú y Bolivia exportan mayormente en grano, mientras que los demás países realizan su exportación como producto transformado para alimentos, cereales y otras presentaciones.

EXPORTACIÓN NACIONAL DE QUINUA AL MES DE AGOSTO - 2019

País	Valor Export	País	Valor Export
EE.UU.	872,970	Francia	151,053
Canadá	242,688	Países Bajos	124,447
Francia	151,053	Reino Unido	103,000
Países Bajos	124,447	Belgica	73,334
Reino Unido	103,000	Australia	14,486
Belgica	73,334	Italia	77,884
Australia	14,486		
Italia	77,884		

FUENTE: AGRODATA/SEAG

EXPORTACIÓN REGIONAL DE QUINUA

AÑO	VALOR EN DÓLARES	PESO NETO (kg)
2011	5,051,153.77	1,468,060.97
2012	5,621,411.75	2,020,156.00
2013	6,381,405.50	2,365,543.10
2014	7,481,213.92	2,303,320.73
2015	6,515,986.40	2,221,806.73
2016	5,677,276.04	2,543,216.21
2017	7,362,876.33	2,664,479.30
2018	5,405,781.52	1,947,403.90
2019	5,405,781.52	1,947,403.90
TOTAL	55,867,866.10	18,533,412.08

FUENTE: SUNAT - Arica

PARTIDA ARANCELARIA DE LA QUINUA

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
1005090000	Los demás
1005090000	Para semilla
1005090000	Quinoa (Chenopodium quinoa) excepto para la semilla
1005090000	Quinoa (Chenopodium quinoa) para la semilla
1005090000	Quinoa

FUENTE: SUNAT

EMPRESAS AGROINDUSTRIALES QUE PROCESAN GRANDES QUINUA EN LA REGIÓN PUNO

Empresa	RUC	Contacto	Web
Agroindustria Andina S.A.	2048052427	Agroindustria Andina S.A.	www.agroindustriaandina.com
Agroindustria Andina S.A.	2048052427	Agroindustria Andina S.A.	www.agroindustriaandina.com
Agroindustria Andina S.A.	2048052427	Agroindustria Andina S.A.	www.agroindustriaandina.com
Agroindustria Andina S.A.	2048052427	Agroindustria Andina S.A.	www.agroindustriaandina.com

EMPRESAS EXPORTADORAS DE QUINUA - REGIÓN PUNO

Empresa	RUC	Contacto	Web
Agroindustria Andina S.A.	2048052427	Agroindustria Andina S.A.	www.agroindustriaandina.com
Agroindustria Andina S.A.	2048052427	Agroindustria Andina S.A.	www.agroindustriaandina.com
Agroindustria Andina S.A.	2048052427	Agroindustria Andina S.A.	www.agroindustriaandina.com
Agroindustria Andina S.A.	2048052427	Agroindustria Andina S.A.	www.agroindustriaandina.com

CERTIFICACIONES Y DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA

CERTIFICACIONES PARA EXPORTAR QUINUA	DOCUMENTOS PARA EXPORTAR QUINUA
• Certificación de Sanidad Agraria	• Factura comercial
• Certificación de Sanidad Agraria	• Certificado de origen
• Certificación de Sanidad Agraria	• Declaración de Sanidad Agraria
• Certificación de Sanidad Agraria	• Declaración de Sanidad Agraria

FUENTE: SUNAT, MINISTERIO DE AGRICULTURA

CARTILLA INFORMATIVA DE FIBRA DE ALPACA

Dir. cetur

Camelid

Datos generales

Nombre del Producto: Fibra de Alpaca (Pelo fino de Alpaca)

Partida Arancelaria: 5102.10.00 - Pelo fino de Alpaca

Sector: No Tradicional - Textil

Fuente: SUNAT, Elaborado: DIRCETUR Puno - DCE

Puno: Exportaciones No tradicionales 2019

País	Valor Export	País	Valor Export
China	5,960,385.89	Italia	1,434,435.54
Italia	1,434,435.54	Francia	1,402,062.55
Francia	1,402,062.55	Países Bajos	1,331,209.61
Países Bajos	1,331,209.61	Reino Unido	69,795.49
Reino Unido	69,795.49	Belgica	247,460.21
Belgica	247,460.21	Alemania	1,338.31
Alemania	1,338.31	Quirón	2,347.53
Quirón	2,347.53	Huacaya y Suri	282.88
Huacaya y Suri	282.88	Artesanos	543.80
Artesanos	543.80		18.23

Fuente: SUNAT, Elaborado: DIRCETUR Puno - DCE

Principales exportadores e importadores de pelo fino en el Mundo 2019 (Miles de Dólares Americanos)

País	Valor Export	País	Valor Export
China	251,955	Perú	4,518
Perú	4,518	Mongolia	4,062
Mongolia	4,062	Sudáfrica	53,348
Sudáfrica	53,348	Portugal	1,827
Portugal	1,827	Italia	87,676
Italia	87,676	China	156,451
China	156,451	Francia	28,222
Francia	28,222	Países Bajos	8,613

Fuente: TRANSAGROP, Elaborado: DIRCETUR Puno - DCE

Exportaciones del Perú en Fibras de Alpaca 2019 - Principales países (Miles de Dólares Americanos)

País	Valor Export	País	Valor Export
Italia	25,001	Bolivia	2,347
Bolivia	2,347	China	1,326
China	1,326	Italia	735

Fuente: TRANSAGROP, Elaborado: DIRCETUR Puno - DCE

RAZAS DE ALPACA EN LA REGIÓN

Huacaya Suri

¿DATO

En el año 2017, la fibra de Alpaca de la región de Puno, ganó el record Guinness por ser la más fina del mundo. Otorgó la República

Perú: Exportación de Fibra de Alpaca por presentaciones (2016-2019)

Año	Fibra cardada	Fibra sin cardar	Total
2016	1,404,424.83	695,307.34	2,099,732.17
2017	1,513,513.14	880,205.85	2,393,718.99
2018	1,513,513.14	880,205.85	2,393,718.99
2019	1,513,513.14	880,205.85	2,393,718.99

Fuente: INFOADCE, Elaborado: DIRCETUR Puno - DCE

Perú: Exportación de Fibra de Alpaca por Regiones (2016-2019)

Región	Valor Export	Región	Valor Export
Puno	1,404,424.83	La Libertad	1,404,424.83
La Libertad	1,404,424.83	La Libertad	1,404,424.83
La Libertad	1,404,424.83	La Libertad	1,404,424.83
La Libertad	1,404,424.83	La Libertad	1,404,424.83

Fuente: INFOADCE, Elaborado: DIRCETUR Puno - DCE

Puno: Exportación de Fibra de Alpaca por presentación (2016 - 2019)

Año/Presencia	Fibra de Alpaca	Fibra de Alpaca	Total
2016	1,404,424.83	695,307.34	2,099,732.17
2017	1,513,513.14	880,205.85	2,393,718.99
2018	1,513,513.14	880,205.85	2,393,718.99
2019	1,513,513.14	880,205.85	2,393,718.99

Fuente: INFOADCE, Elaborado: DIRCETUR Puno - DCE

Puno: Empresas exportadoras de Fibra de Alpaca (2019)

Empresa	RUC	Contacto	Web
CONSORCIO ALPAQUEÑO PERÚ EXPORT	2048052427	CONSORCIO ALPAQUEÑO PERÚ EXPORT	www.consortioalpaqueño.com
CONSORCIO ALPAQUEÑO PERÚ EXPORT	2048052427	CONSORCIO ALPAQUEÑO PERÚ EXPORT	www.consortioalpaqueño.com
CONSORCIO ALPAQUEÑO PERÚ EXPORT	2048052427	CONSORCIO ALPAQUEÑO PERÚ EXPORT	www.consortioalpaqueño.com
CONSORCIO ALPAQUEÑO PERÚ EXPORT	2048052427	CONSORCIO ALPAQUEÑO PERÚ EXPORT	www.consortioalpaqueño.com

Productos elaborados en base de Fibra de Alpaca por sector (2019)

Sector	Valor Export	Sector	Valor Export
Textiles	5,960,385.89	Textiles	5,960,385.89
Textiles	5,960,385.89	Textiles	5,960,385.89
Textiles	5,960,385.89	Textiles	5,960,385.89
Textiles	5,960,385.89	Textiles	5,960,385.89

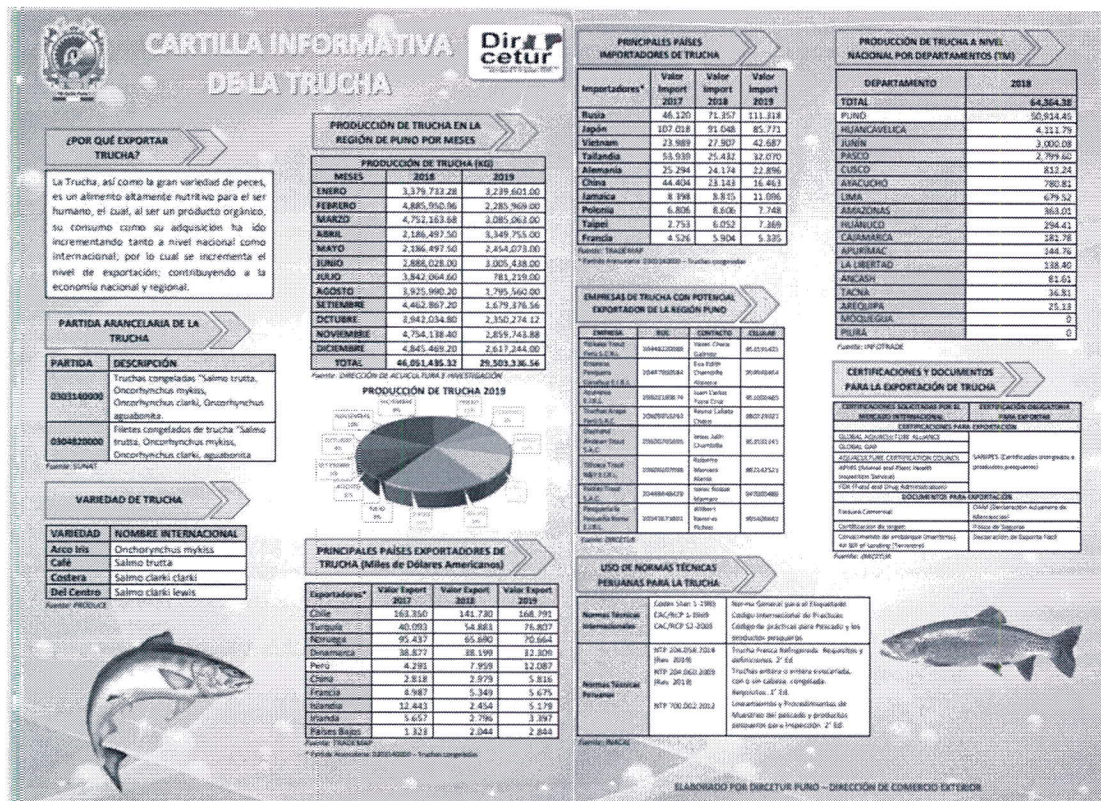
Productos elaborados en base de Fibra de Alpaca (2019)

Producto	Valor Export	Producto	Valor Export
1. Guantes y Mitones	1,404,424.83	1. Guantes y Mitones	1,404,424.83
1. Guantes y Mitones	1,404,424.83	1. Guantes y Mitones	1,404,424.83
1. Guantes y Mitones	1,404,424.83	1. Guantes y Mitones	1,404,424.83
1. Guantes y Mitones	1,404,424.83	1. Guantes y Mitones	1,404,424.83

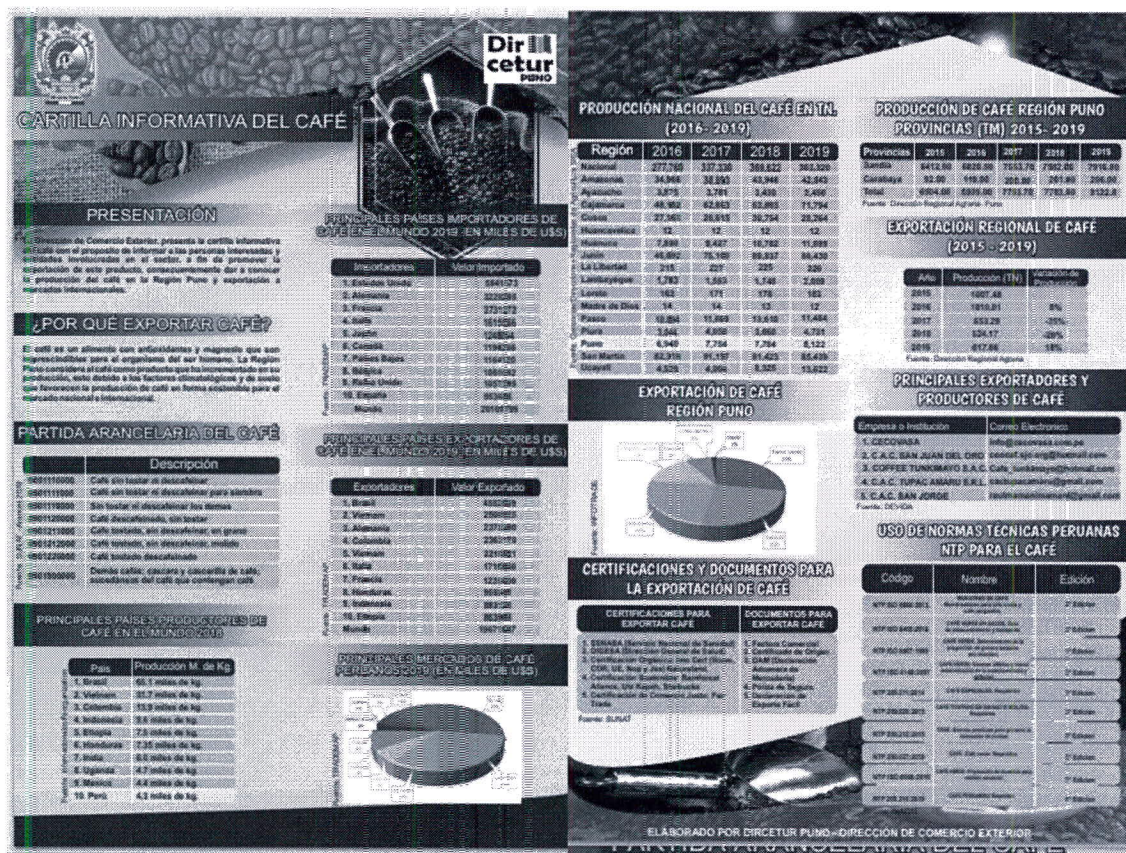
Fuente: SUNAT, Elaborado: DIRCETUR Puno - DCE

ELABORADO POR DIRCETUR PUNO - DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"



"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
 "Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"



Elaborado por DIRCETUR Puno

IV. IMPORTANCIA DEL REGISTRO DE UNA MARCA

Las personas toman decisiones de compra en función de una serie de elementos que tienen que ver con el producto en sí, con la imagen de ese producto, elementos que perciben a través de los sentidos. Pero eso solo es la mitad de los elementos que nos ayudan a tomar esa decisión. **La otra mitad está en nuestra cabeza** y la conforman aquellas creencias, opiniones y experiencias que hemos recibido o vivido y que, de alguna forma, tienen que ver con el producto que tenemos delante de los ojos. **La importancia de la marca radica en su capacidad de sintetizar en elementos tangibles sentimientos y experiencias que son intangibles.**¹⁰

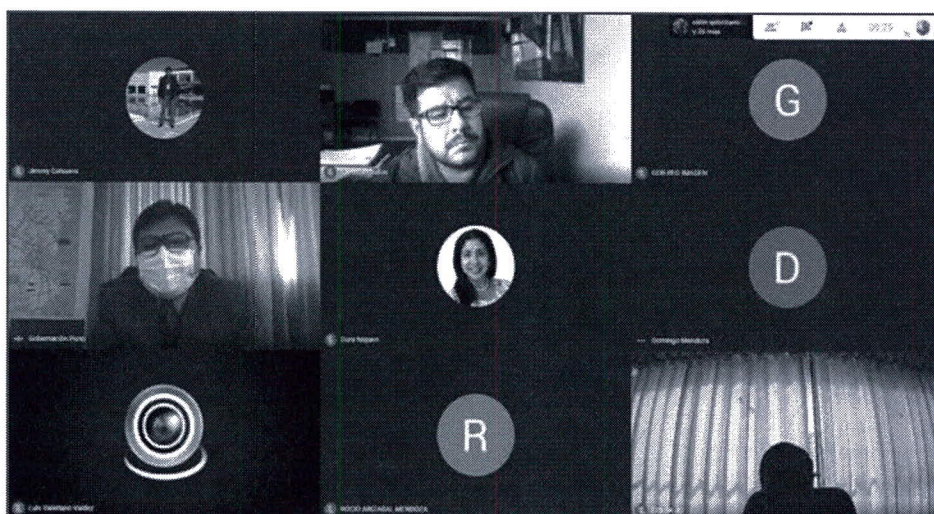
La importancia de la marca radica en su capacidad para vender más y mejor. Los productos, las empresas, son elementos que se representan con una marca para poder ser identificados y recordados entre las diferentes opciones. Una marca sonora, pregnante y memorable permitirá el desarrollo del negocio, su crecimiento y su continuidad. Una buena marca es aquella que evoca una emoción y nos ayuda a tomar una decisión de compra.¹¹

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

¹¹ Ibidem.

Sobre el particular, debe tenerse en cuenta, la necesidad de diseñar una información que permita influir en la mente de los consumidores para que las percepciones que tengas sobre los productos y servicios, con la finalidad de obtener una imagen positivo y fácil de identificar a simple vista, trasladándolos imaginariamente a los beneficios que esta brinda y represente. La consecución de los objetivos empresariales, a este proceso se le llama Branding.

Debido a ello, y con la finalidad de impulsar la creación de la Marca Regional de Puno, se conformó una **Comité de Gestión de Trabajo para el proceso de la creación de la Marca Región Puno**, el mismo que se encuentra conformada por diferentes autoridades, entre las que se encuentran el Director de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – DIRCETUR, SEÑOR Hitler Colque Ramos, el Congresista de la República electo por la región Puno, señor Carlos Javier Zeballos Madariaga, el Presidente de la Mesa Quinua, señor Eusebio Chura, el Presidente de la Cámara de Comercio y Producción Puno, señor Edwin Salazar, el Vicepresidente de la Cámara de Transporte, señor Oscar Peña y el Presidente de la Asociación de restaurantes y afines ARTYSA.¹²



Comité de Gestión para la creación de la Marca Región Puno

El conversatorio conto con la asistencia de PROMPERU mediante la coordinadora de Gestión de Marca, con el único objetivo de implementar un distintivo que represente diferentes aspectos de la región Puno, principalmente en el sector turismo, pero también para impulsar el proceso de la reactivación económica, destacando la necesidad de contar con una marca, como signo distintivo para hacer únicos los productos y servicios de la región.¹³

Como parte del proceso de creación se llevó a cabo un Concurso denominado representación gráfica de la Marca Puno, organizado por el Congresista Carlos Javier Zeballos

¹² <https://www.gob.pe/institucion/regionpuno/noticias/495580-conforman-comite-de-gestion-para-la-creacion-de-la-marca-region-puno>

¹³ ibidem

Madariaga, cuyo objetivo era la creación del logo, a fin de dar inicio al planteamiento del proyecto de ley para la creación de la Marca Puno, el cual fue presentado al Consejo Regional de Puno, para que pueda ser reconocido mediante una Ordenanza Regional, buscando impulsar la actividad económica en todos su aspectos.



Concurso Representación Gráfica de la "Marca Puno"

En vista de ello, la Municipalidad de Puno a través de la Gerencia de Turismo y Desarrollo Económico, llevo a cabo un concurso para elegir el Logo de la Marca Puno, que represente y distinga a la región Puno, en ese objetivo se sumaron un total de 57 diseñadores, siendo reconocidos solo 5 de ellos.



Reconocimiento de los 05 diseñadores gráficos

Dicha actividad estuvo presidida por la Gerencia de Turismo y Desarrollo Económico, teniendo como integrantes al Presidente del Consejo Regional y al Congresista electo por Puno

señor Carlos Javier Zeballos Madariaga, quien se asumió el compromiso de presentar un proyecto de ley para la creación de la Marca Puno.



Comité Evaluador en la Municipalidad de Puno

Como resultado del Concurso Diseño de la representación gráfica de la Marca Puno, el Jurado dio por ganador al diseño presentado por la señorita Magda Flores Rodríguez.



Logo de la Marca Puno

Donde el color celeste saturado representa la tranquilidad y el relax, esta tonalidad nos recuerda elementos como el agua y el cielo y por eso se asocia fácilmente a sensaciones de

serenidad y pureza. El naranja representa principalmente la alegría, el entusiasmo y lo divertido. El morado, se asocia con el lujo, el poder, la sabiduría, la creatividad, y la magia.¹⁴

V. IMPACTO Y EFECTO DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACION NACIONAL

La presente iniciativa no colisiona con la carta magna, ni contraviene norma alguna en la legislación peruana, debido a que se trata de una ley declarativa que representa una propuesta de valor para identificar los productos y servicios en el mercado de manera exclusiva a nivel nacional e internacional, con el único objetivo de proyectar una imagen de región productiva y exportadora, bajo los principios de integración e identidad.

VI. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La presente iniciativa legislativa, no genera gasto al erario nacional, y tampoco vulnera las reglas, disposiciones y políticas de disciplina fiscal presupuestaria, pues su único objetivo es el declarar interés público, el registro de la Marca Puno., con la finalidad de consolidar los productos y servicios de la región con potencialidad para la exportación del sector agropecuario, minero y turismo, debido a la contribución de la región en las exportaciones del país.

VII. VINCULACION CON EL ACUERDO NACIONAL Y LA AGENDA LEGISLATIVA

La propuesta legislativa, se encuentra en armonía con la Tercera Política de Estado. **Afirmación de la identidad nacional.** Nos comprometemos a consolidar una nación peruana integrada, respetuosa de sus valores, de su patrimonio milenario y de su diversidad étnica y cultural, vinculada al mundo y proyectada hacia el futuro.

Con este objetivo, el Estado: (a) promoverá la protección y difusión de la memoria histórica del país; (b) desarrollará acciones que promuevan la solidaridad como el fundamento de la convivencia, que afirmen las coincidencias y estimulen la tolerancia y el respeto a las diferencias, para la construcción de una auténtica unidad entre todos los peruanos; y (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.

¹⁴ "Vive candelaria" Portal de información de la festividad religiosa más significativa del Perú y Sudamérica, denominada la Festividad Virgen de la Candelaria: info@candelaria.com