



CARLOS JAVIER ZEBALLOS MADARIAGA  
Congresista de la República

"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 pública 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 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 31/08/2022 16:59:42-0500



Firmado digitalmente por:  
ZEBALLOS MADARIAGA Carlos  
Javier FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 29/08/2022 10:12:00-0500



Firmado digitalmente por:  
ALCARRAZ AGUERO Yorel  
Kira FAU 20161749126 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 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 01/09/2022 09:47:29-0500



Firmado digitalmente por:  
PABLO MEDINA Flor Aidee  
FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 31/08/2022 17:00:11-0500



Firmado digitalmente por:  
PAREDES PIQUE Susel Ana  
Maria FAU 20161749126 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 31/08/2022 17:34:14-05



## CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, **7** de **setiembre** del **2022**

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición **N° 2954-2022-CR** para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de:

- 1. DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y ORGANISMOS REGULADORES DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS.**
- 2. COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO.**



.....  
**JOSÉ F. CEVASCO PIEDRA**  
Oficial Mayor  
**CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

## 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 truchas<sup>1</sup>.

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%)<sup>2</sup>.



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

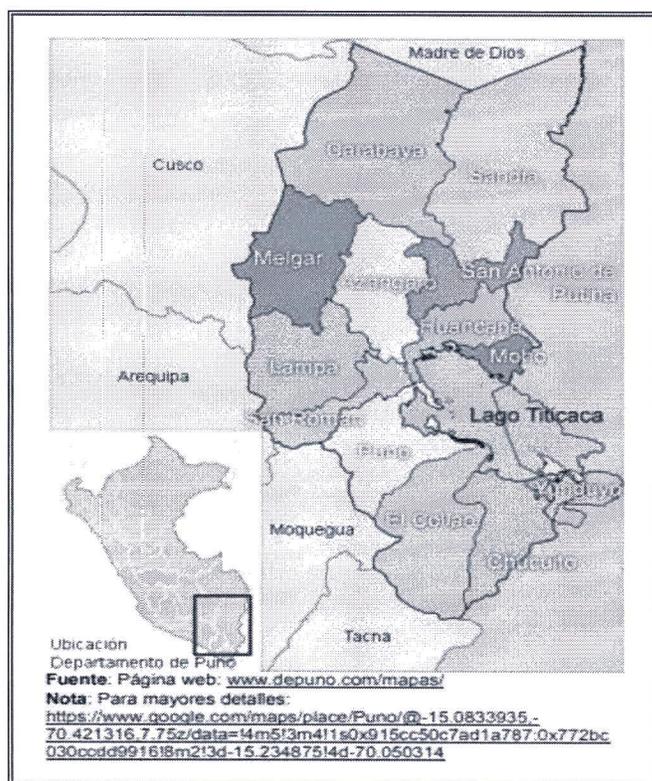
Fuente: SUNAT

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> 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 km<sup>2</sup> (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.<sup>3</sup>



El territorio puneño comprende 43 886,36 km<sup>2</sup> de sierra (61,0 por ciento) y 23 101,86 km<sup>2</sup> de zona de selva (32,1 por ciento), 14,5 km<sup>2</sup> de superficie insular (0,02 por ciento) y 4 996,28 km<sup>2</sup> (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,

<sup>3</sup> 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, Sandía 10 y Yunguyo 7.<sup>4</sup>

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).<sup>5</sup>

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.<sup>6</sup>

### 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 Taraco<sup>7</sup>.

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

<sup>4</sup> Ibidem

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

<sup>6</sup> ibidem

<sup>7</sup> 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



"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**

*Chaperonier aviana HUI*

**PRODUCCIÓN NACIONAL DE LA QUINUA (TM) 2017 - 2019**

DEPARTAMENTOS	2017	2018	2019
<b>NACIONAL</b>	<b>79 022</b>	<b>86 031</b>	<b>89 414</b>
PUNO	39 610	38 854	39 530
MOQUECHUANO	19 815	22 211	19 854
APURÍMAC	7 335	9 262	11 398
AREQUIPA	3 104	3 942	4 862
CUSCO	3 878	4 242	4 278
SIERRE	2 761	3 024	4 470
PIAZAUCAYACA	3 953	3 309	3 914
TAURIMAYO	3 036	3 756	1 406
TACNA	3 266	454	3 080

**PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE QUINUA (Miles de Dólares Americanos)**

RK	País	Valor Import 2016	Valor Import 2017	Valor Import 2018	Valor Import 2019
1	EE.UU.	87928	85787	87032	12415
2	Canadá	13174	16693	24288	7726
3	Francia	16743	13940	21091	26740
4	Alemania	11681	14079	18978	17669
5	Países Bajos	13938	5746	12347	15848
6	Italia	8913	8597	11829	13120
7	España	4564	10303	9424	12029
8	Bélgica	4810	6137	7334	10031
9	Australia	4385	2139	1408	8923
10	Italia	4561	8848	7784	8200

**PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE QUINUA (Miles de Dólares Americanos)**

RK	País	Valor Export 2016	Valor Export 2017	Valor Export 2018	Valor Export 2019
1	Perú	119063	121127	121189	124660
2	Bélgica	81437	74465	106310	90566
3	España	1881	3182	8111	14688
4	Países Bajos	15446	12529	24499	21017
5	EE.UU.	20075	18307	19318	14023
6	Australia	6218	7531	7054	7947
7	Francia	3927	5778	6812	7971
8	Canadá	4794	4770	4210	6173
9	Bélgica	2594	2725	4030	5343
10	Italia	8923	4709	3297	4343

**PRODUCCIÓN DE QUINUA - REGIÓN PUNO POR PROVINCIAS (TM) 2017 - 2019**

PROVINCIA	2017	2018	2019	VAR % 2019
ALAYCAMA	3 003,05	2 740,00	2 773,00	0%
CABANAYA	70,36	86,10	99,00	3%
CHUCUITO	3 577,00	3 625,00	3 853,00	6%
EL COYAC	5 188,00	5 444,00	5 448,00	6%
HUANUCANO	4 375,40	4 372,00	4 408,00	2%
JAJAMA	3 496,00	3 573,00	3 765,00	5%
MELGAR	1 174,86	1 359,00	1 387,00	4%
MISMI	130,35	125,00	130,00	4%
PUNO	1 206,00	1 109,00	1 080,00	2%
S.A. PUNO	448,00	499,00	480,00	0%
SAN ROMÁN	1 296,80	1 390,80	1 521,00	4%
MUNICIPIO	495,00	481,00	472,00	3%
<b>TOTAL</b>	<b>37 609,75</b>	<b>38 854,2</b>	<b>39 536,07</b>	<b>2%</b>

### EXPORTACIÓN NACIONAL DE QUINUA AL MES DE AGOSTO 2019

País	Paq	Valor	Paq	Valor	Paq	Valor
EE.UU.	10 000	12 000	11 000	13 000	12 000	14 000
Canadá	5 000	6 000	7 000	8 000	9 000	10 000
Francia	3 000	4 000	5 000	6 000	7 000	8 000
Alemania	2 000	3 000	4 000	5 000	6 000	7 000
Países Bajos	1 500	2 000	3 000	4 000	5 000	6 000
Italia	1 000	1 500	2 000	3 000	4 000	5 000
España	800	1 000	1 200	1 500	2 000	2 500
Bélgica	700	900	1 100	1 400	1 700	2 100
Australia	600	800	1 000	1 300	1 600	2 000
Italia	500	700	900	1 200	1 500	1 800

**EMPRESAS EXPORTADORAS DE QUINUA - REGIÓN PUNO**

Empresa	DIRECCIÓN	Paq	Comercio	Valor \$
Agropecuaria Andina	PERU 00000000	100000000	100000000	100000000
Agropecuaria Andina	PERU 00000000	100000000	100000000	100000000
Agropecuaria Andina	PERU 00000000	100000000	100000000	100000000

### EXPORTACIÓN NACIONAL DE QUINUA

AÑO	VALOR PUNO (MIL)	PRECIO NETO (MIL)
2011	5 021 113,77	4 468 050,97
2012	5 623 441,77	2 255 916,09
2013	6 385 565,00	2 255 542,00
2014	6 485 251,92	1 305 925,00
2015	6 514 394,40	2 221 484,77
2016	5 877 26 048	2 244 211,83
2017	2 365 878,53	3 054 543,30
2018	1 483 783,53	1 367 461,90
2019	3 402 763,99	1 072 272,04
<b>TOTAL</b>	<b>35 867 268,29</b>	<b>18 233 443,06</b>

**PARTIDA ARANCELARIA DE LA QUINUA**

PARTIDA	DESCRIPCIÓN
1005200000	Los cereales
1005210000	Para sémola
1005219000	Cereales (Cereales) excepto que sea la sémola
1005219100	Cereales (Cereales) para sémola
1005219200	Cereales

**EMPRESAS AGROINDUSTRIALES QUE PROCESAN GRANOS DE QUINUA EN LA REGIÓN PUNO**

Empresa	RUC	Comercio	Valor \$
Agropecuaria Andina	100000000	100000000	100000000
Agropecuaria Andina	100000000	100000000	100000000
Agropecuaria Andina	100000000	100000000	100000000

**CERTIFICACIONES Y DOCUMENTOS PARA LA EXPORTACIÓN DE QUINUA**

CERTIFICACIONES PARA EXPORTAR QUINUA	DOCUMENTOS PARA EXPORTAR QUINUA
• Solicitud de licencia de exportación de productos agrícolas	• Factura comercial
• Declaración de origen	• Certificado de origen
• Declaración de conformidad con el estándar de calidad	• Declaración de conformidad con el estándar de calidad
• Declaración de conformidad con el estándar de calidad	• Declaración de conformidad con el estándar de calidad

### CARTILLA INFORMATIVA DE FIBRA DE ALPACA

**Dir. cetur**

**Datos generales**

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

Partida Arancelaria: 5102191000 - Pelo fino de Alpaca en cascabel o perlas

Sector: No tradicionales - Textiles

**Puno: Exportaciones no tradicionales 2019**

SECTOR	DESC.	POB. TOTAL (\$)	PESO NETO (Kg)
Verano (Inc. Joyería)		523,468,89	10,633,52
Agropecuaria		3,960,385,89	1,434,435,54
Miércoles textil		3,916,621,69	4,402,002,53
<b>Textiles</b>		<b>1,331,265,61</b>	<b>33,922,73</b>
Metal-Mecánico		247,460,71	69,256,49
Piel y cuero		3,480,21	1,328,31
Químico		2,347,93	382,66
Madera y Papel		541,90	18,23
Artesanía		15,10	328,80

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

País	Fibra cascabel	Fibra no cascabel
Exportaciones	China 251 955	Perú 4 518
Importaciones	Perú 57 104	Mongolia 4 803
	Sudáfrica 52 348	Portugal 3 827
	Italia 57 676	China 136 451
	China 36 367	Italia 24 222
	Italia 15 526	Alemania 8 013

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

País	Fibra cascabel	Fibra no cascabel
Italia	25 001	2 347
China	19 912	1 326
Italia	2 183	795

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

AÑO	Fibra Cascabel	Fibra no cascabel	Total
2016	15 351 424,43	695 371,34	16 046 795,77
2017	17 017 415,61	1 002 070,61	18 019 486,22
2018	15 081 394,55	1 280 318,38	16 361 712,93
2019	11 794 985,35	1 649 887,35	13 444 872,70

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

Año/Región	VALOR EXPORTACIONES (Dólares)
2016	25 223 447,24
2017	24 944 028,69
2018	26 947 010,81
2019	16 774 677,99

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

Año/Presentación	Fibra de Alpaca en Cascabel	Fibra de Alpaca no Cascabel	Total
2016	16 227,26	4 370,61	20 597,87
2017	14 251,18	7 646,30	21 897,48
2018	17 436,32	11 900,80	29 337,12
2019	11 376,22	13 362,33	24 738,55

**Perú: Empresas exportadoras de Fibra de Alpaca (2019)**

EMPRESA	MONTO EXPORTADO (\$)
COMERCIO ALPACERO PERU EXPORT	215 533,33
NEGOCIACIONES LANERA BIENIDA S.A.S.	137 070,00

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

SECTOR	MONTO EXPORTADO (\$)
TEXTILES	502 891,35
VARJOS (JOYERÍA)	761 222,06
ARTESANÍAS	720,00

**Productos elaborados en base de Fibra de Alpaca (2019)**

Producto	MONTO EXPORTADO (\$)
1. Guantes y Mitones	180 851,92
2. Tobilleros y Calcetines	52 079,80
3. Chompas/Suéter	40 400,81
4. Ponchos y abrigos	22 232,18
5. Chaquetas	16 499,92
6. Gorros y Sombreros	13 809,48
7. Kardigans	8 367,50
8. Muecas	4 286,84
9. Vestidos	336,90
10. Demás prendas	150 265,18

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

## CARTILLA INFORMATIVA DE LA TRUCHA

### ¿POR QUÉ EXPORTAR TRUCHA?

La Trucha, así como la gran variedad de peces, es un alimento altamente nutritivo para el ser humano, el cual, al ser un producto orgánico, su consumo como su adquisición ha ido incrementando tanto a nivel nacional como internacional, por lo cual se incrementa el nivel de exportación, contribuyendo a la economía nacional y regional.

### PRODUCCIÓN DE TRUCHA EN LA REGIÓN DE PUNO POR MESES

MESES	2018	2019
ENERO	3,379,733.28	3,239,601.00
FEBRERO	4,885,950.06	2,285,969.00
MARZO	4,751,163.68	3,085,064.00
ABRIL	2,186,497.50	3,349,755.00
MAYO	2,236,497.50	2,454,073.00
JUNIO	2,698,028.00	3,005,438.00
JULIO	3,842,004.60	781,219.00
AGOSTO	3,925,990.00	1,795,560.00
SEPTIEMBRE	4,462,967.00	1,679,376.56
OCTUBRE	3,842,034.80	2,350,274.12
NOVIEMBRE	4,754,138.40	2,859,743.88
DICIEMBRE	4,645,469.20	2,617,244.00
<b>TOTAL</b>	<b>46,051,495.32</b>	<b>29,503,326.56</b>

### PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE TRUCHA (Miles de Dólares Americanos)

Exportadores*	Valor Export 2017	Valor Export 2018	Valor Export 2019
Chile	10,252,350	141,780	166,791
Tailandia	40,090	14,883	70,807
Nicaragua	95,437	65,690	70,664
Dinamarca	38,877	18,199	32,309
Perú	4,293	7,959	12,087
China	2,818	2,275	5,810
Francia	2,987	3,149	5,675
Alemania	12,443	2,454	5,179
Irlanda	3,657	2,796	3,397
Países Bajos	1,823	2,044	2,863

### PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE TRUCHA (Miles de Dólares Americanos)

Países	Valor Import 2017	Valor Import 2018	Valor Import 2019
Rusia	46,120	72,357	111,316
Japón	107,018	91,048	85,272
Vietnam	23,989	27,907	42,687
Tailandia	55,030	25,432	31,670
Alemania	25,294	24,178	32,896
China	44,404	23,143	16,463
Polonia	8,398	9,815	12,056
Jermania	6,806	8,806	7,740
Taipei	2,793	6,052	7,360
Francia	4,576	5,904	5,335

### PRODUCCIÓN DE TRUCHA A NIVEL NACIONAL POR DEPARTAMENTOS (TM)

DEPARTAMENTO	2018
<b>TOTAL</b>	<b>64,304.36</b>
PUNO	50,914.25
HUANCAVELICA	4,121.79
JURIN	3,000.08
PASCO	2,799.60
CUSCO	832.24
AREQUIPA	780.81
UNO	679.52
AYACUCHO	363.01
HUANUCO	294.41
CAJAMARCA	184.78
APURIMAC	144.26
LA LIBERTAD	138.40
ANCASH	81.01
TACNA	76.81
AREQUIPA	25.13
MOQUEGUA	0
PURA	0

## CARTILLA INFORMATIVA DE LA TRUCHA

### PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES DE TRUCHA (Miles de Dólares Americanos)

Exportadores*	Valor Export 2017	Valor Export 2018	Valor Export 2019
Chile	10,252,350	141,780	166,791
Tailandia	40,090	14,883	70,807
Nicaragua	95,437	65,690	70,664
Dinamarca	38,877	18,199	32,309
Perú	4,293	7,959	12,087
China	2,818	2,275	5,810
Francia	2,987	3,149	5,675
Alemania	12,443	2,454	5,179
Irlanda	3,657	2,796	3,397
Países Bajos	1,823	2,044	2,863

### PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE TRUCHA (Miles de Dólares Americanos)

Países	Valor Import 2017	Valor Import 2018	Valor Import 2019
Rusia	46,120	72,357	111,316
Japón	107,018	91,048	85,272
Vietnam	23,989	27,907	42,687
Tailandia	55,030	25,432	31,670
Alemania	25,294	24,178	32,896
China	44,404	23,143	16,463
Polonia	8,398	9,815	12,056
Jermania	6,806	8,806	7,740
Taipei	2,793	6,052	7,360
Francia	4,576	5,904	5,335

### PRODUCCIÓN DE TRUCHA A NIVEL NACIONAL POR DEPARTAMENTOS (TM)

DEPARTAMENTO	2018
<b>TOTAL</b>	<b>64,304.36</b>
PUNO	50,914.25
HUANCAVELICA	4,121.79
JURIN	3,000.08
PASCO	2,799.60
CUSCO	832.24
AREQUIPA	780.81
UNO	679.52
AYACUCHO	363.01
HUANUCO	294.41
CAJAMARCA	184.78
APURIMAC	144.26
LA LIBERTAD	138.40
ANCASH	81.01
TACNA	76.81
AREQUIPA	25.13
MOQUEGUA	0
PURA	0

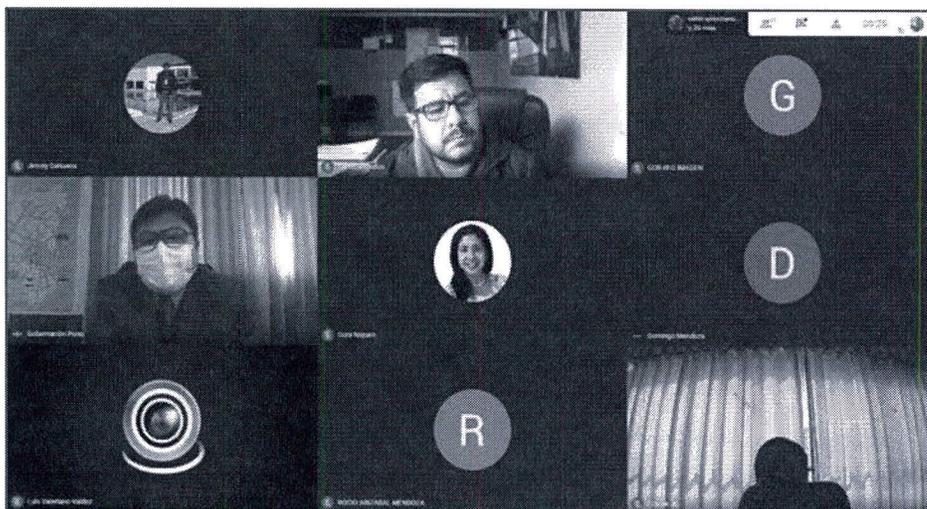
### EMPRESAS DE TRUCHA CON POTENCIAL EXPORTADOR DE LA REGIÓN PUNO

EMPRESA	RUC	CONTACTO	TELÉFONO
Trochax Perú S.A.C.	1044220080	Israel Chica Gutiérrez	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Eva Tardío Chacabarro	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Juan Carlos Figueroa	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Reynal Luján	960229033
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Roberto	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Alfonso	952054433
Trucha Perú S.A.C.	1044700041	Walter Torres	952054433
Trucha Perú S.A.C.	104470004		



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.<sup>12</sup>



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.<sup>13</sup>

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

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

<sup>13</sup> 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.<sup>14</sup>

## **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.

---

<sup>14</sup> "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](mailto:info@candelaria.com)