

COMISIÓN DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

PERIODO ANUAL DE SESIONES 2006-2007

ACTA DE LA SESIÓN ORDINARIA N° 07

Lima, 2 de octubre de 2006

Sumilla de Acuerdos:

Se tomaron los siguientes acuerdos:

- Se aprobó por unanimidad el Acta de la Sexta Sesión Ordinaria, del 25 de setiembre del año en curso.
- Se aprobó por unanimidad la realización de la Primera Sesión Extraordinaria, que se llevara a cabo el martes 10 de octubre del año en curso.

En la ciudad de Lima, siendo las quince horas con trenticuatro minutos del día dos de octubre del año dos mil seis, en la Sala de Sesiones “José Inclán Gonzáles Vigil” del Palacio Legislativo, el señor Presidente de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, Congresista Carlos Bruce, dio inició a la Sétima Sesión Ordinaria de la Comisión, contándose con la asistencia de los señores Congresistas titulares: Cecilia Chacón de Vettori, Luis Humberto Falla Lamadrid, Mario Alegría Pastor, Karina Beteta Rubín, Luciana León Romero, Lourdes Mendoza del Solar y Gabriela Pérez del Solar Cuculiza.

Se contó con la asistencia del señor Congresista accesorio, Alfredo Cenzano Sierralta.

Se dejó constancia de las licencias de las señores Congresistas: Marisol Espinoza Cruz y Nancy Obregón Peralta, y de la dispensa de los señores Congresistas Isaac Mekler Neiman y José Luna Gálvez.

El señor **Presidente** con el quórum reglamentario dió inicio a la Sétima Sesión Ordinaria de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo.

I. APROBACIÓN DEL ACTA

Se aprobó el Acta de la Sexta Sesión Ordinaria del 25 de setiembre del año en curso.

II. DESPACHO

El señor **Presidente** dió cuenta de los documentos ingresados a la Comisión del 21 al 28 de setiembre de 2006, manifestando que si algún señor Congresista deseaba copia de un documento podía solicitarlo a la Asesoría de la Comisión.

El señor Presidente mencionó que han ingresado a la Comisión el Proyecto de Ley N° 32/2006-CR, que propone la “Ley que incorpora como circunstancia agravante del delito de robo el que la víctima sea turista nacional o extranjero” y el Proyecto de Ley

N° 96/2006-CR, que propone la “Ley que deroga la Ley N° 28872, Ley que modifica la Ley del Impuesto a la Renta”, iniciativas que han sido remitidas por acuerdo del Consejo Directivo, ante la solicitud efectuada por la Comisión, al ser materias de competencia de la misma. Hizo hincapié que los mencionados proyectos ingresaron con posterioridad al cierre de la Agenda, por lo que se están elaborando los correspondientes informes de admisibilidad que serán tratados en la siguiente sesión.

III. INFORMES

El señor **Presidente** informó que el día de hoy se reunirá con el señor Congresista Adam Smith, representante del Congreso de Estados Unidos, para tratar aspectos relacionados al “Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos”. Resaltó que el Congresista Smith, es representante del Partido Demócrata, y está interesado en el tema de las mejoras laborales que se está realizando en el Perú, enfatizando que la aprobación de iniciativas legislativas por parte del Congreso de la República del Perú, para resguardar los derechos laborales, influirá para que los miembros del Partido Demócrata de Estados Unidos, apoyen la aprobación del “Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos” en el Congreso de Estados Unidos.

La **Presidencia** informó que se ha recibido los Oficios Nos. 055 y 129-2006-2007-DDP-D/CR, en los que la Oficialía Mayor señala que el Pleno del Congreso aprobó modificar la conformación de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, ingresando como accesitarios los señores congresistas Víctor Isla Rojas, y Martha Acosta Zarate de Unión por el Perú; y Carlos Raffo Arce de la Alianza Fujimorista.

Asimismo, informó que se ha cumplido con solicitar la opinión del Consejo Consultivo de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo con relación a las diversas solicitudes de gremios para ser incorporados a dicho órgano, estando a la espera de su respuesta, luego de lo cual la Comisión tomará una decisión al respecto.

La **Presidencia** informó que se ha tramitado el pedido formulado por la señora Congresista Cecilia Chacón de Vettori, y se cursó oficios al INRENA y al INC para que se sirvan informar sobre el proyecto de electrificación rural en las comunidades circundantes al Santuario de Machu Picchu.

El señor **Presidente** mencionó que se ha recibido el Oficio N° 010-2006-CZF/CR del señor Congresista César Zumaeta Flores, adjuntando el Análisis Costo-Beneficio de futura norma legal y el efecto de la vigencia de la norma que se propone sobre la legislación nacional correspondientes al Proyecto de Ley N° 114/2006-CR, que propone la “Ley que modifica diversos artículos de la Ley N° 28864, Ley que crea la Zona Económica Especial de Puno - ZEEDEPUNO- con lo que se ha cumplido con los requisitos exigidos en el Reglamento del Congreso; consecuentemente, la iniciativa pasa a estudio de la Comisión.

La **Presidencia** informó que el Proyecto de Ley N° 069/2006-CR, que propone declarar de interés y necesidad pública la construcción del puente Carriluchayoc sobre el río Vilcanota, en el distrito de Santa Teresa, provincia de la Convención, Región Cusco, ha sido derivado a la Comisión de Descentralización, Regionalización Gobiernos Locales y Modernización del Estado. Después del estudio y análisis la referida Comisión con fecha 20 de setiembre del año en curso, aprobó el archivo de la mencionada iniciativa legislativa, considerando que generaría gasto al Estado y

que no es competencia del Congreso. Manifestó que se ha solicitado que el indicado Proyecto de Ley sea derivado a la Comisión de Comercio Exterior y Turismo.

El señor **Presidente** informó que el día de hoy, se ha recibido el Oficio N° 988-2006-INC/DN, remitiendo información referente al Parque Arqueológico de Machu Picchu, detallando los lineamientos utilizados para fijar la capacidad máxima de visitantes diarios al Santuario de Machu Picchu, en respuesta a un pedido formulado por la Comisión.

La **Presidencia** informó que la Comisión conjuntamente con la Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), realizarán un evento de turismo, con la participación de expositores internacionales, precisando que en cuanto se tenga toda la información se les comunicará.

Asimismo, informó que el día lunes 16 de octubre la Comisión efectuará la Primera Sesión Descentralizada en la ciudad de Cusco, señalando que para la realización de la referida sesión, se está coordinando con la Asociación de Viajes y Turismo del Cusco (AATC).

IV. PEDIDOS

El señor **Presidente** comunicó que se ha recibido un pedido del Congresista Isaac Mekler, para que se invite a la Ministra del Interior a la Comisión a fin de que informe sobre las medidas de seguridad que se están tomando a nivel nacional para proteger a los turistas que ingresan al país, teniendo en cuenta el informe que propaló el programa Panorama de Canal 5, sobre el Turismo en el Cusco. En dicho informe se apreció el grado de carencia logística y de personal que tiene la Policía de Turismo, así como el grado de inseguridad que tienen los turistas en el Cusco.

La **Presidencia** derivó el pedido al Grupo de Trabajo en Turismo, para que analice el tema y recomiende las acciones a tomar.

El señor **Presidente** propuso que la Comisión realice una Sesión Extraordinaria, el día martes 10 de octubre a las 8 a.m. para debatir el predictamen recaído en el Proyecto de Ley N° 187/2006-CR, que propone la “Ley de Facilitación del Comercio Exterior” y el predictamen recaído en los Proyectos de Ley Nos. 178/2006-CR y 181/2006-CR, (acumulados), que proponen la “Ley de Promoción al Turismo Receptivo”.

La propuesta fue sometida a votación, siendo aprobada por unanimidad.

V. ORDEN DEL DÍA

La **Presidencia** concedió el uso de la palabra a la señora doctora **María Magdalena Seminario Marón**, Gerente General de la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ), para que exponga sobre los lineamientos y proyectos de PROMPERÚ.

Manifestó que detallará la evolución que ha tenido Promperú: En el año 1993, se crea PROMPERÚ y se encontraba a cargo de la promoción de la imagen, inversiones, exportaciones e inversión turística.

En el año 1996 se crea PROMPEX y asume la labor de promocionar las exportaciones. Y en ese mismo año PROMPERÚ al fusionarse con FOPTUR, asumió la labor de promoción turística.

Precisó que en el año 2002, el tema de la promoción de inversiones se asigna a PROINVERSIÓN. En consecuencia, en el año 2003 PROMPERÚ, asume la responsabilidad de promover la imagen turística del Perú.

Resaltó que en el año 2003 se marcó un hito importante con la creación del Impuesto Extraordinario y el Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, explicando que el referido fondo está constituido por los 15 dólares con que se gravan los pasajes de los turistas que vienen del exterior, esto equivale al 100% del Impuesto Extraordinario, de los cuales el 70% se asigna a PROMPERÚ y el 30% restante al PLAN COPESCO.

Precisó que el presupuesto de PROMPERÚ, está constituido por los recursos ordinarios que se recibe de los pliegos presupuestales, los recursos generados por el Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico y el crédito suplementario, enfatizando que dicho crédito forma parte del fondo. Explicó que el fondo esta conformado por los quince dólares que se le cobra al turista extranjero, que son recaudados por SUNAT y luego de deducir un porcentaje se le entrega al Ministerio de Economía y Finanzas y PROMPERÚ recibe parte del monto del fondo, que posteriormente se otorgará como crédito suplementario, el cual se utilizará en fomentar el turismo receptivo teniendo un representante en destino, precisando que se puede contar con una persona o una empresa en los mercados prioritarios para que realice la labor de promoción de acuerdo a los lineamientos de Promperú.

Resaltó que el representante en destino debe acercarse a los actores claves que venden el destino Perú y desarrollar con ellos relaciones firmes, duraderas y estimular la distribución del producto Perú.

Destacó que en el año 2006 se hace una modificación a la Ley destinando el 5% del 70% que se recibe, para la promoción del turismo interno.

Expresó que de acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones, a PROMPERÚ le compete proponer, dirigir, evaluar y ejecutar las políticas y estrategias de promoción turística, de promoción del turismo interno y el turismo receptivo, así como promover y difundir la imagen del Perú en materia de promoción turística.

Señaló que PROMPERÚ tiene dos líneas en su organización: La línea de soporte, conformada por la Gerencia Legal, la Gerencia de Administración y Finanzas, y la Gerencia de Planeamiento, constituida por: la Gerencia de Turismo Receptivo, encargada de colocar el destino en los mercados; la Gerencia de Marketing e Imagen, que genera toda la comunicación sobre el destino; y la de Turismo Interno, que trabaja para colocar dentro del Perú los diferentes destinos internos.

Remarcó que la visión de PROMPERÚ, es tener un equipo proactivo, estratégico y competitivo a nivel internacional que mantenga al Perú como un destino turístico y favorito, y que sea uno de los más valorados a nivel mundial generando un mayor ingreso de divisas. Enfatizando que su misión, es liderar la promoción del producto de imagen turística del Perú como destino privilegiado.

Mencionó que el objetivo general en concordancia con el Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR, es de incrementar de manera sostenida la demanda del turismo receptivo a fin de generar mayor ingresos de divisas y que en el turismo interno se asegure una redistribución de los recursos a nivel nacional.

Precisó que los objetivos institucionales de PROMPERÚ son el incremento descentralizado y sostenido de divisas, y posicionar al Perú como destino turístico favorito contribuyendo a la diversificación y sostenibilidad de los destinos turísticos.

Remarcó que el tema de la diversificación es muy importante y básicamente busca restar presión sobre el destino turístico más importante que es Cusco, especialmente Machu Picchu. El objetivo es lograr que con el tiempo no se sobrepase la cantidad de turistas que visitarán dicha ciudad.

Al respecto, destacó que PROMPERU está contribuyendo a diversificar los destinos turísticos mediante actividades promocionales que se han realizado en el exterior tales como: paneles movibles en las estaciones de los metros y en las calles, a través de avisos en diarios y revistas, promocionado los atractivos turísticos como: Kuélap, las Líneas de Nazca, el Lago Titicaca, Chan Chan, las Tumbas de Sillustani y Machu Picchu, entre otros atractivos turísticos.

Precisó que en turismo receptivo, PROMPERÚ coloca el destino, dirigido a los operadores, enfatizando que tienen un argumento de ventas sobre los destinos que manejan dentro del Perú, para el exterior.

Acotó que en marketing e imagen trabajan todo el tema de comunicación sobre el destino de acuerdo con una segmentación geográfica establecida por PENTUR, dirigido a nichos especiales, buscando el posicionamiento del Perú como un destino importante a nivel mundial.

Indicó que PROMPERU entre los años 2006 al 2010 emprenderá una labor más agresiva en el impulso a la comercialización, dirigiéndose a segmentos rentables, captando turistas que tenga alto poder adquisitivo, cumpliendo el objetivo planteado de que el turismo genere más divisas a la economía nacional.

Destacó que entre los años 2001 al 2006, PROMPERÚ ha aportado 700 millones adicionales a la economía peruana, lo que equivale a un incremento aproximado del 90% desde el año 2001 hasta la actualidad.

Señaló que a través de las diversas promociones, se está desarrollando el posicionamiento del Perú como un destino turístico favorito, en los mercados prioritarios, que son los mercados que tienen mayor emisión de turistas, habiéndose obtenido un incremento de 9% de flujo turístico.

Remarcó que en las ferias a nivel internacional PROMPERÚ no solamente llevan videos promocionales y afiches turísticos, sino también asisten artesanos, para difundir la historia del Perú y la cultura viva de nuestro país.

En relación al turismo interno el objetivo es capacitar a las personas brindando apoyo en el desarrollo de marketing y en el diseño de líneas estratégicas para promocionar sus destinos.

Al respecto, destacó que están realizando ferias nacionales, enfatizando que se promocionan ofertas de unas regiones a otras, ofreciendo los productos en los principales mercados, tales como: Lima, y Arequipa entre otras ciudades.

Asimismo, resaltó la campaña que han realizado para promocionar el Centro Ceremonial de Cahuachi en Nasca, tanto a nivel internacional como nacional, destacando que se promoverá el referido Centro Ceremonial, como un atractivo turístico para los fines de semana largos, como un lugar cercano a Lima, que constituye el principal mercado emisor.

Por otro lado manifestó que los diarios “Expreso” y “El Comercio” han difundido en primera plana artículos sobre el Bosque de Chaparrilla en Lambayeque, el Chacu de la Vicuña, y la Ciudad Sagrada de Caral, destacando que es la ciudad más antigua de América y se encuentra a 200 km. de Lima, enfatizado que los mencionados atractivos turísticos son alternativas cercanas que se pueden visitar en los fines de semana largos.

Manifestó que se han desarrollado actividades promocionales en todo el país, talleres de turismo interno, reuniones de trabajo descentralizados en Junín y en la Selva Central, para cumplir con el objetivo de descentralizar la oferta turística nacional.

Mencionó que en el lapso de tiempo comprendido entre los años 2002 al 2006, PROMPERU promocionó la imagen turística del Perú cumpliendo dos objetivos: posicionar al Perú como destino turístico, teniendo en cuenta que se terminaba una época difícil donde se tuvo que enfrentar al terrorismo, y también se tenía que reposicionar al Perú como un destino turístico y mostrando la marca Perú en campañas dirigidas a públicos objetivos.

El objetivo es incrementar el ingreso de divisas a través de mayores llegadas al país, diversificando la oferta y promocionando la imagen del destino Perú, de manera que se refuerza el circuito comercial.

Manifestó asimismo, que se está desarrollando el trabajo con las misiones diplomáticas, potenciando las actividades de éstas, para que se constituyan como elementos de apoyo, sobre todo para la distribución de información sobre el Perú, detallando que se está abasteciendo a todas las embajadas y consulados de material promocional impreso y audiovisual. Enfatizó que durante este año se ha enviado 17 toneladas de material a consulados y embajadas, para la difusión y promoción del Perú.

Remarcó que también se está trabajando con el Buró de Convenciones de Lima, para que Lima sea considerada como eje central para realizar turismo de reuniones y eventos, a fin de que la ciudad de Lima se convierta en un gran Centro de Convenciones, lo que generará una distribución importante de turistas al interior del país.

Señaló que se trabajará para incrementar la promoción turística con líneas aéreas, y para que se efectúen a nivel internacional mayor cantidad de vuelos directos al Perú.

Asimismo, expresó que se desarrollarán programas dirigidos a los consumidores que han visitado el Perú identificando a los clientes más importantes a nivel de prensa,

operadores y líderes de opinión, a fin de que difundan lo interesante que les pareció el Perú y las oportunidades que se tienen en el país, esto con la finalidad de darle valor al destino visitado.

Remarcó que es importante posicionar al Perú como destino de producciones audiovisuales lo que generaría la reactivación de la industria audiovisual y se brindará trabajo para algunos actores peruanos. Enfatizando que se debería institucionalizar ese tipo de trabajo en el Perú y se lograría incrementar el turismo y otras actividades que generarían divisas.

Finalmente dió a conocer el resumen de la propuesta del Plan Anual del Fondo; el cual consiste en invertir en investigación de mercado, organizar los viajes, la campaña de comunicación y promoción en destinos y mercados; producción y distribución permanente y global de material promocional impreso, audiovisual y multimedia, destacando que se trabajará en el desarrollo de mercados y se realizará campañas de promoción de turismo interno y concientización turística.

El señor **Presidente** agradeció la exposición de la señora doctora **María Magdalena Seminario Marón**, Gerente General de la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERU). Seguidamente consultó a los señores Congresistas presentes si deseaban formular preguntas.

La señora Congresista **Chacón de Vettori** preguntó ¿cuáles son los nichos prioritarios? ¿si están analizados? y ¿cuáles serán los nichos donde el Perú va a invertir en publicidad?.

Refirió también, que en el tema de las misiones diplomáticas, no sólo es necesario enviarles material, sino también sensibilizarlos, capacitarlos, teniendo en cuenta que los diplomáticos no necesariamente dominan el tema específico del turismo. Preguntó ¿cuál ha sido el costo beneficio de las campañas realizadas?. Y ¿si se tiene un estudio de costo beneficio de los últimos años, en relación al dinero empleado en las campañas realizadas en determinados países. También preguntó ¿si está dando los resultados que se buscan?.

Con relación al tema de los vuelos, no solamente constituyen problema los vuelos directos de Europa, sino también los vuelos al llegar al país, porque muchas veces los turistas tienen dificultades cuando llegan al Perú y las líneas aéreas no les brindan facilidades para viajar a las ciudades del interior del país.

Resaltó que Costa Rica, cuenta con mayor cantidad de turistas que nuestro país, porque cuentan con una gran infraestructura turística, que en el Perú no se tiene, precisando que nuestro país cuenta con muchos recursos turísticos, pero muy pocos productos, por lo que será difícil que con publicidad se logre incrementar el turismo, si es que no se desarrolla al mismo tiempo el producto turístico.

Con relación a la realización de ferias y eventos. Preguntó ¿qué facilidades se va a proporcionar a los gremios de provincias?, teniendo en cuenta que las empresas pequeñas, no tienen ningún tipo de descuento, a pesar de que son agremiados y son del sector privado y no cuenta con los recursos necesarios, remarcando que tampoco PROMPERÚ, les brinda facilidades para llevar su material a las ferias.

La señora Congresista **Mendoza del Solar** preguntó ¿por qué se comercializa en Lima? ¿por qué no se construye el Aeropuerto Internacional en Cusco? Y ¿por qué se va a hacer un Centro de Convenciones en Lima?. Teniendo en cuenta que el pedido para tener un Centro de Convenciones, lo han solicitado desde hace tiempo Arequipa y Cusco.

Asimismo, solicitó que se precise ¿cuáles son los departamentos a los que nunca se les ha invitado para que participen en las ferias internacionales?.

Acotó que en la promoción de los folletos, no sólo se debe considerar las rutas cortas desde Lima, sino también tener en cuenta los departamentos que tienen atractivos turísticos y nichos especializados. Destacó que en Arequipa está situado el Santuario Nacional Lagunas de Mejía, que es una estación para aves migratorias muy importante en la Costa peruana, donde se encuentran aves residentes y migratorias que llegan de otras zonas del Perú y del mundo, lo cual debe ser promocionado por PROMPERÚ.

Indicó asimismo, que PROMPERÚ debe considerar en la promoción los atractivos turísticos de todos los departamentos.

La señora doctora **María Magdalena Seminario Marón** manifestó que ella también es de provincia, y que se brindará todo el apoyo al turismo interno.

La señora Congresista **Mendoza del Solar** resaltó que en la ciudad de Lima, se van a realizar las Convenciones, invirtiendo en su promoción 50 mil dólares, y no se ha considerado a las ciudades de Arequipa y Cusco, no obstante haberlo solicitado.

La señora doctora **María Magdalena Seminario Marón** explicó que no es decisión de Promperú, que Lima sea sede de las Convenciones, precisando que la conformación del Buró de Convenciones de Lima es una iniciativa del sector privado. Al respecto, resaltó que se les brindará todo el apoyo si se constituye un Buró de Convenciones en Arequipa o un Buró de Convenciones en Trujillo, manifestando que sería maravilloso que se pudieran conformar el Buró de Convenciones en diferentes departamentos, porque se tendrían varias opciones.

La señora Congresista **Beteta Rubín** señaló que es representante de la Región Huánuco, manifestó que nunca se ha considerado a la mencionada Región para que participe en las ferias que realizan en Lima y a nivel nacional. No se brinda apoyo económico para que los pequeños empresarios puedan promocionar artesanías y otros productos propios de la Región.

Asimismo, preguntó ¿qué criterio se ha tomado para promocionar sólo determinadas regiones?. Solicitó que se promocioe el departamento de Huánuco, teniendo en consideración que posee el mejor clima del mundo, donde se puede disfrutar del sol durante todo el año. Asimismo, pidió que en la promoción de los destinos durante los feriados largos, se considere al departamento de Huánuco, a donde se puede llegar en tan solo ocho horas de viaje.

La señora Congresista **Pérez del Solar Cuculiza** remarcó que gracias a la promoción que PROMPERÚ ha realizado en el mundo, en los últimos años se ha incrementado la llegada de los turistas al Perú.

Preguntó ¿cómo se prioriza los gastos de la promoción del turismo?. Y ¿si se pregunta a los gremios, a los operadores turísticos antes de designar el presupuesto para la promoción del turismo?. También preguntó ¿por qué no se trabaja conjuntamente con las oficinas comerciales ya existentes?. Y ¿por qué no se capacita a las personas que trabajan en las embajadas para que se encarguen de la promoción del turismo?. Asimismo, preguntó ¿si se ha realizado el cálculo de cuánto van a recibir por el fondo de los pasajes turísticos?.

La señora doctora **María Magdalena Seminario Marón** explicó que el departamento de Huánuco se encuentra comprendida dentro de las 14 regiones, en las cuales se llevarán a cabo los talleres de marketing. Enfatizó que Huánuco ha participado tres años consecutivos en la Feria del Centro del Turismo.

Con relación al tema de las rutas cortas, en el mes de noviembre se publicará las rutas cortas desde Arequipa.

Resaltó que se debe fortalecer las competencias turísticas que han sido asignadas a los gobiernos regionales y locales, enfatizando que PROMPERÚ brindará todo el apoyo a los gobiernos regionales y locales, solicitando la cooperación de las referidas regiones para realizar una labor conjunta.

Manifestó su convicción de que el turismo es una de las actividades que ayudan a la lucha contra la extrema pobreza, razón fundamental para incentivar más el turismo.

La señora Congresista **Chacón de Vettori** refirió que tiene que existir comunicación directa con el sector privado a través de los gremios, enfatizando que el desfase se da a nivel de las Direcciones Regionales de Turismo, debido a que no se tiene comunicación con los gremios privados.

La señora doctora **María Magdalena Seminario Marón**, señaló que PROMPERÚ y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo están dispuestos a apoyar a todos los gremios privados, en la medida que los mencionados gremios se organicen y legitimen.

Precisó que los representantes del destino son personas dedicadas a promocionar el país, especialistas en Relaciones Públicas y Comunicaciones, y están promocionando constantemente a nuestro país; reciben las notas de prensa y en el tiempo adecuado, difunden a los niveles pertinentes.

La señorita Congresista **León Romero** preguntó ¿cuál es el trámite que deben realizar los pequeños empresarios, para acceder a las ferias internacionales?

La señora doctora **María Magdalena Seminario Marón**, precisó que la convocatoria a las ferias es abierta, y en la página web de PROMPERÚ, se encuentra el calendario de ferias del año 2007, existen diferentes niveles de inscripción, para los empresarios que decidan participar.

El señor **Presidente** agradeció la presencia de la señora doctora **María Magdalena Seminario Marón**, Gerente General de PROMPERÚ.

El señor **Presidente** continuando con la agenda puso en debate el predictamen recaído en el Proyecto de Ley N° 187/2006-CR, que propone la “Ley de Facilitación del Comercio Exterior”, y el predictamen recaído en los Proyectos de Ley Nos. 178/2006-CR y 181/2006-CR, que proponen la “Ley de Promoción al Turismo Receptivo”.

La **Presidencia** concedió el uso de la palabra al doctor Richard Chumbiauca Tasayco, Asesor de la Comisión, para que exponga el predictamen recaído en el Proyecto de Ley N° 187/2006-CR, que propone la “Ley de Facilitación del Comercio Exterior”.

El señor **Asesor** manifestó que el Proyecto de Ley de Facilitación de Comercio Exterior tiene como objetivo promover las exportaciones, esencialmente de productos manufacturados, priorizando el valor agregado de las materias primas. También señaló, que el objetivo es evitar los sobre costos que perjudican tanto al consumidor como al sector productor exportador.

Destacó que se generará un sistema simplificado para la obtención de los permisos de las mercancías que se consideran de importación o exportación restringida.

Con relación al Régimen de Importación Temporal de equipos, maquinarias, aparatos e instrumentos de utilización directa en el proceso productivo, se propone que el plazo de dicho régimen que actualmente es de 18 meses se amplíe a 5 años con depreciación del 20%, plazo y modo similar al que actualmente se aplica a las empresas de transporte aéreo según la Ley N° 26909.

Resaltó que mediante la aplicación del Proyecto de Ley de Facilitación de Comercio Exterior, se podrá efectuar el despacho en un promedio de 48 horas a partir de la llegada de las mercancías, lo que permitirá que el Perú se ubique a nivel de los países que cuentan con mecanismos ágiles de trámite aduanero.

Manifestó que la propuesta que se plantea es permitir el trámite en un terminal de carga, tal como ha sido recogido en los acuerdos comerciales, especialmente en el “Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos”.

Mencionó que si se trata de mercancías de importación o exportación restringida se cuenta con la obligación de presentar permisos de diversas entidades, destacando que lo que se intenta con esta propuesta es uniformizar el trámite, generar un solo procedimiento y que al cabo perentorio de cinco días, en caso no se hubiere expedido el documento de autorización, se considere el principio de silencio administrativo positivo, de tal manera que se agilicen los trámites de importación o exportación de los bienes.

Con tal finalidad se promueve la creación de una ventanilla única que es la encargada de canalizar todo el trámite, que se efectuará con un solo procedimiento, un solo pago y la aplicación del silencio positivo administrativo. La coordinación para la implementación de la referida ventanilla, estará a cargo del MINCETUR.

Resaltó que en lo que se refiere a la adecuación de los acuerdos comerciales, se ha incorporado los diversos compromisos asumidos por nuestro país en los acuerdos comerciales, especialmente en el “Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados

Unidos”.

Remarcó que también se han incorporado dos propuestas que ha planteado el MINCETUR, como son: la publicación del contenido y precios de servicios portuarios y aeroportuarios, de tal manera que el usuario pueda acceder a la información de los precios con anticipación. Asimismo, expresó que el Consejo Consultivo en temas aduaneros, que es una instancia de diálogo que actualmente existe, lo preside la SUNAT en coordinación con los gremios, al cual se ha incorporado un representante del Ministerio de Economía y Finanzas y un representante del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

El señor **Presidente** concedió el uso de la palabra al doctor Fuaad Samhan, para que exponga sobre el predictamen recaído en los Proyectos de Ley Nos. 178/2006-CR y 181/2006-CR, que proponen la “Ley de Promoción al Turismo Receptivo”.

El señor **Asesor** mencionó que el objetivo del Proyecto de Ley es obtener la inafectación de los paquetes turísticos que se venden a los no domiciliados, debido a que actualmente, por la venta de los paquetes turísticos se cobra 19% de IGV.

Precisó que la propuesta es incluir como exportación de servicios los paquetes de turismo receptivo, organizados por empresas domiciliadas en el Perú que comercialicen servicios a turistas, a agencias y a operadores turísticos domiciliados en el exterior.

Remarcó que en la iniciativa legislativa se define el concepto de paquetes turísticos, como: conjunto de servicios de hospedaje, alimentación, transporte, guías, acompañantes, derechos de ingreso a museos, espectáculos, organizados por empresas operadoras de turismo receptivo domiciliadas en el Perú, para turistas domiciliados en el exterior, que son quienes finalmente gozan del beneficio.

Precisó que no solamente conforman parte del paquete, el servicio de la organización, sino también los componentes del paquete. Detalló que el operador que vende el paquete tiene una labor de prestar un servicio y a su vez cada uno de los componentes del paquete, tales como hospedaje y alimentación, también serían considerados como exportación de servicios.

Teniendo en cuenta que en la actualidad se está compitiendo con Argentina, Bolivia, Colombia, Ecuador y Chile, los referidos países ya han incorporado ese tratamiento e en su legislación tributaria, resaltando que el mismo tratamiento se aplicaría en nuestro país, al aprobarse la iniciativa legislativa que se está proponiendo.

Destacó que el sector de turismo se ubica en el tercer puesto, luego de la minería y el petróleo.

Asimismo, resaltó el ingreso de turistas extranjeros según países de procedencia: se encuentra América del Sur, con un 46.1%, posicionándose en primer lugar Chile, luego América del Norte: Estados Unidos; Europa: Gran Bretaña y España; luego Asia, Centroamérica y Oceanía.

Señaló que se ha tenido un incremento del turismo receptivo del año 2005 al año 2006. Destacó que el aporte del turismo receptivo es de 588 millones de dólares.

Estimó que en el mes de julio del año en curso los turistas extranjeros generaron ingresos para el país, de aproximadamente 141 millones de dólares.

El señor **Presidente** levantó la sesión de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, siendo las diecisiete horas con veinte minutos del día lunes 2 de octubre del año en curso.

Forma parte del Acta, la transcripción de la versión magnetofónica de la sesión, elaborada por el Área de Transcripciones del Congreso de la República.

.....
CARLOS BRUCE
Presidente
Comisión de Comercio Exterior y Turismo

.....
CECILIA CHACÓN DE VETTORI
Secretaria
Comisión de Comercio Exterior y Turismo