

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

MODIFICA EL REGLAMENTO DE LA LEY QUE CREA EL FONDO Y EL IMPUESTO EXTRAORDINARIO PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO NACIONAL

I.- ANTECEDENTES

En el año 2002, mediante Ley N° 27889, se creó el denominado "Fondo para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional", en adelante el Fondo, para financiar las actividades y proyectos destinados a la promoción y desarrollo del turismo nacional; el cual se encuentra principalmente constituido por lo recaudado con el cobro del Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, que conforme a lo establecido en el numeral 3.2 del artículo 3° del Reglamento de la Ley N° 27889, aprobado mediante Decreto Supremo N° 007-2003-MINCETUR, modificado por Decreto Supremo N° 006-2006-MINCETUR y Decreto Supremo N° 006-2010-MINCETUR, se distribuye de la siguiente manera:

"3.2 Los recursos del Fondo deberán destinarse en un veinte por ciento (20%) a financiar proyectos de desarrollo turístico en el territorio nacional que enriquezcan la oferta turística, y en un ochenta por ciento (80%) a financiar tanto actividades de promoción del turismo receptivo como campañas anuales de promoción del turismo interno y de concientización turística nacional, no pudiendo exceder estas campañas del quince por ciento (15%) del Presupuesto del Fondo asignado a la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ".

Cabe señalar que la inversión de los recursos del Fondo se realiza de acuerdo al Plan Anual de Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, aprobado por el Ministro de Comercio Exterior y Turismo, a propuesta del Comité Especial creado por el artículo 4° de la Ley N° 27889.

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ, es un organismo público técnico especializado adscrito al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, competente para proponer y ejecutar los planes y estrategias de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones; en materia de turismo interno, su Dirección de Promoción del Turismo, a través de la Sub Dirección de Promoción del Turismo Interno, tiene como funciones diseñar y ejecutar la promoción del turismo interno en función a los objetivos, políticas y estrategias institucionales.

En el marco de sus funciones, la Sub Dirección de Promoción del Turismo Interno de PROMPERÚ, ha emitido el Informe N° 004-2012/PROMPERU/DT-STI en el cual recomienda modificar el Reglamento de la Ley que crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, en lo que respecta al porcentaje que se destina a las campañas y actividades de promoción del turismo interno y la concientización turística nacional, del quince (15%) al veinticinco (25%), a fin de permitir destinar más recursos a la promoción del turismo interno, consolidándolo como un mecanismo importante para el desarrollo.

Dicha propuesta se sustenta en la estrecha relación existente entre el turismo interno y el desarrollo regional, el cual ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico de muchas regiones en el Perú, es decir, que destinos no tradicionales en los viajes se vean favorecidos económicamente con la llegada de turistas nacionales, tal es así que de acuerdo al resultado de los estudios de la Cuenta Satélite de Turismo en el año 2007, el turismo interno aporta el sesenta (60%) al Producto Bruto Interno Turístico - PBI turístico, lo que se ve reflejado claramente en los beneficios que este acarrea, convirtiéndose en una actividad generadora de empleo y dinamizadora de las economías, así como una eficaz herramienta para la distribución de la riqueza; y que en los últimos dos años ha presentado un crecimiento considerable (el vacacionista, que es el turista que viaja por vacaciones, recreación y ocio, el cual ha tenido un crecimiento del veintidós (22%) en el 2010 y un veintiún (21%) de crecimiento en el 2011¹), representando los viajes y excursiones efectuados durante el año 2011, un movimiento económico de Seis Mil Millones con 00/100 Nuevos Soles (S/. 6,000 000,000.00) aproximadamente, cifras las cuales se estima variaran para el presente año, en

¹ Perfil del Vacacionista Nacional 2010-2011- PROMPERU



el que se tiene previsto que se efectuaran un promedio de Treinta y Cuatro Millones Ochocientos Mil viajes por turismo interno (Oficina de Estudios Económicos del Mincetur).

A lo señalado se suma, el que entre los objetivos buscados por el sector para los próximos cinco (5) años se encuentra el generar una cultura de viaje en el ciudadano peruano, lo cual permitirá lograr un crecimiento sostenido del turismo interno, generar riqueza económica, reforzar la identidad e inclusión social, y generar los beneficios en las comunidades locales, esto último teniendo en cuenta que existen regiones del país que por sus limitaciones en infraestructura y conectividad (poca o nula conectividad aérea), encuentran en el turismo interno una posibilidad real de desarrollo y complementaria a otras actividades económicas.

El Informe N° 004-2012/PROMPERU/DT-STI de la Sub Dirección de Promoción de Turismo Interno de PROMPERÚ concluye que se requiere incrementar el presupuesto de tal manera que permita lograr un mayor alcance de las campañas y actividades de promoción de turismo interno, aumentar la incidencia en los mercados emisores y orientación a nuevos segmentos de mercado, para lo cual recomienda se incremente el porcentaje destinado para promoción del turismo interno, establecido en el numeral 3.2 del artículo 3° de la Ley N° 27889 – Ley que crea el Fondo y el impuesto para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional, toda vez que dicho incremento permitirá la realización de campañas con mayor alcance

Cabe señalar que el citado informe señala que el Fondo estará orientado a la realización de campañas y actividades de turismo interno, cuyas actividades serán las siguientes:

- a) Difusión en medios de comunicación masiva (televisión, radio, prensa, internet, etc.)
- b) Difusión a través de medios alternativos (vallas, paneles, etc.)
- c) Acciones de marketing directo (activaciones en centros comerciales, empresas, colegios, universidades, etc.)
- d) Realización de eventos que impulsen el viaje y/o la promoción turística de los destinos.
- e) Viajes de prensa con medios locales a diferentes destinos del país.
- f) Alianzas estratégicas con gobiernos locales, regionales, sector privado, para la realización de campañas de promoción.

Dichas actividades demandan un mayor presupuesto al asignado actualmente para tal fin, razón por la cual, resulta necesario el incremento del porcentaje propuesto por PROMPERÚ.

II.- PROYECTO DE DECRETO SUPREMO

El Proyecto de Decreto Supremo contiene dos artículos, el primero referido a la modificación del numeral 3.2 del artículo 3° del Reglamento de la Ley que crea el Fondo y el Impuesto para la Promoción y el Desarrollo Turístico Nacional, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2003-MINCETUR, el cual considera elevar del quince por ciento (15%) al veinticinco por ciento (25%), el porcentaje de los recursos asignados para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional a PROMPERÚ, el cual podrá destinar a realizar la promoción del turismo interno mediante campañas anuales de promoción y de concientización turística nacional. Asimismo, se establece en este numeral el destino que otorga tanto el Plan COPESCO Nacional y PROMPERÚ a los recursos que reciben del Fondo.

En cuanto al segundo artículo, es referido a los refrendos del Ministro de Comercio Exterior y Turismo y del Ministro de Economía y Finanzas, debido a que dichos Ministros han refrendado el Decreto Supremo N° 007-2003-MINCETUR y sus modificatorias.

III.- ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

Los beneficios que generaría la aplicación de la presente propuesta normativa se traducen en el cumplimiento del marco legal en la materia y el logro de los objetivos planteados por las políticas de Gobierno y del Sector Comercio Exterior y Turismo.

La propuesta no genera costos al Estado, pues sólo se modifica el porcentaje de los recursos provenientes de la recaudación del Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico



Nacional creado por el artículo 5° de la Ley N° 27889, destinados a campañas y actividades de promoción del turismo interno y de concientización turística nacional.

IV. ANÁLISIS DE IMPACTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

La presente norma únicamente modifica el numeral 3.2. del artículo 3° del Decreto Supremo N° 007-2003-MINCETUR que aprueba el Reglamento de la Ley N° 27889, que crea el Fondo y el Impuesto Extraordinario para la Promoción y Desarrollo Turístico Nacional y sus modificatorias.

V. PREPUBLICACIÓN DEL PROYECTO DE DECRETO SUPREMO

Conforme al artículo 14° del Reglamento que establece disposiciones relativas a la publicidad, publicación de Proyectos Normativos y difusión de Normas Legales de Carácter General, aprobado por Decreto Supremo N° 001-2009-JUS, las entidades públicas están obligadas a prepublicar los proyectos de normas de carácter general que sean de su competencia en el Diario Oficial "El Peruano", en sus Portales Electrónicos o mediante cualquier otro medio, en un plazo no menor de treinta (30) días antes de la fecha prevista para su entrada en vigencia, salvo casos excepcionales.

En este sentido, teniendo en cuenta que el presente Decreto Supremo tiene como única finalidad incrementar el porcentaje de inversión que PROMPERÚ destina a financiar campañas y actividades anuales de promoción de turismo interno y de concientización turística nacional (del 15% al 25%), incremento el cual se encuentra directamente relacionado con la ejecución de fondos de PROMPERÚ, así como el desarrollo de sus funciones en el marco de su competencia, motivo por el cual, se considera que la publicación en mención es innecesaria, encontrándose en el supuesto de excepción establecido en el numeral 3.2 del citado artículo 14°.

