



COMISIÓN DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"Decenio de la Igualdad entre Mujeres y Hombres"
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

COMISIÓN DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO PERÍODO ANUAL DE SESIONES 2021-2022



SEÑORA PRESIDENTA:

Ha ingresado para estudio y dictamen de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, la siguiente iniciativa legislativa:

Proyecto de Ley N° 2013/2021-CR, presentado por el Grupo Parlamentario Fuerza Popular, a iniciativa del congresista Juan Carlos Lizarzaburu Lizarzaburu, con el cual se propone la incorporación de los ciudadanos peruanos, residentes en el exterior, dentro de los alcances de las acciones y políticas formuladas por PROMPERU y autoriza el uso de la "Marca País Perú".

En la **SEGUNDA SESIÓN EXTRAORDINARIA** Semipresencial de la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, celebrada el 15 de julio de 2022, en la Sala de reuniones de la Plataforma Microsoft Teams, con la dispensa de aprobación del acta para ejecutar los acuerdos tomados; acordó por **UNANIMIDAD** de los presentes, aprobar el dictamen recaído en el proyecto legislativo con texto sustitutorio que forma parte del presente. Con el voto favorable de los señores congresistas: Germán Adolfo Tacuri Valdivia, Pedro Edwin Martínez Talavera, María Antonieta Agüero Gutiérrez, Luis Ángel Aragón Carreño, Diego Alonso Bazán Calderón, Guido Bellido Ugarte, Paul Silvio Gutiérrez Ticona, César Manuel Revilla Villanueva y Jhakeline Katy Ugarte Mamani; voto en contra 0; voto en abstención 0.

Con la licencia del señor congresistas: Ernesto Bustamante Donayre, Juan Carlos Lizarzaburu Lizarzaburu, Cheryl Trigozo Reátegui y Jorge Arturo Zevallos Aponte.

I. SITUACIÓN PROCESAL.

1.1. Antecedentes:

El Proyecto de Ley ingresó al área de Trámite Documentario del Congreso de la República el 12 de mayo de 2022, siendo decretado a la Comisión de Comercio Exterior y Turismo como segunda Comisión Dictaminadora, el 20 de mayo de 2022.

La Secretaria Técnica dio cuenta de la citada iniciativa legislativa presentada cumple con los requisitos generales y específicos señalados en los artículos 75, 76 – numeral 2) y 77 del Reglamento del Congreso de la República. Además, se encuentra dentro del plazo establecido en el artículo 77 del mismo Reglamento para expedir el dictamen correspondiente.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

1.2. Opiniones solicitadas:

La Comisión de Comercio Exterior y Turismo, cursó los siguientes pedidos de opinión mediante los siguientes oficios:

- A. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR, con Oficio N° 0483-MINCETUR, del 06 de junio de 2022.
- B. Asamblea Nacional de Gobiernos Regionales - ANGR, con Oficio N° 0484-GORE, del 06 de junio de 2022.
- C. Ministerio de Producción - PRODUCE, con Oficio N° 0485-PRODUCE, del 06 de junio de 2022.
- D. Ministerio de Cultura, con oficio N° 0486-Min.Cultura, del 06 de junio de 2022.
- E. Cámara Nacional de Turismo del Perú - CANATUR, con Oficio 0487-CANATUR, del 06 de junio de 2022.

1.3. Opiniones Recibidas:

Esta Comisión, al momento de la elaboración del presente Dictamen, ha recibido la siguiente opinión:

Ministerio de Cultura, con OFICIO N° 000647-2022-DM/MC, suscrito por el señor Alejandro Antonio Salas Zegarra, Ministro de Cultura remite el informe N° 000777-2022-OGAJ/MC elaborado por la Oficina General de Asesoría Jurídica del Ministerio de Cultura, en ese sentido indica que las funciones y competencias asignadas al Ministerio de Cultura, y estando a que el Proyecto de Ley no está ligado directamente al Patrimonio Cultural de la Nación, la creación cultural contemporánea y artes vivas, la gestión cultural e industrias culturales o la pluralidad étnica y cultural de la Nación, sino a la incorporación de los ciudadanos peruanos residentes en el exterior, dentro de los alcances de las acciones y políticas formuladas por PROMPERU y la autorización de la "Marca País Perú"; este sector no resulta competente para emitir pronunciamiento, más aún si se tiene en consideración que, de acuerdo al Decreto Legislativo N° 833, se otorga rango de Ley a la norma de creación de PROMPERU y dispone que ésta absorba al Fondo de Promoción Turística – FOPTUR.

II. CONTENIDO DE LA PROPUESTA.

El Proyecto de Ley N° 2013/2021-CR, propone un texto legal denominado "Ley que la incorpora a los ciudadanos peruanos, residentes en el exterior, dentro de los alcances de las acciones y políticas formuladas por PROMPERU y autoriza el uso de la "Marca País Perú".

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

El primer artículo está referido al objeto de la ley, estableciendo que la iniciativa legislativa tiene por objeto incorporar a los ciudadanos peruanos, residentes en el exterior, dentro de los alcances de las acciones y políticas formuladas por PROMPERU y autoriza el uso de la "Marca País Perú", posibilitando que los residentes en el extranjero puedan utilizar la marca oficial, siempre que cumplan con los requisitos previstos por la autoridad competente de acuerdo a ley.

El segundo artículo está referido a la modificación del literal a) del artículo 4 del Supremo N° 010-93-PC; elevado a ley por efecto del Artículo 4 del Decreto Legislativo N° 833; para establecer que los ciudadanos peruanos residentes en el exterior tengan también como función diseñar, coordinar, concertar y ejecutar políticas y acciones destinadas a difundir la imagen del Perú en el exterior, función que compartirán con la Comisión de Promoción del Perú.

La proposición legislativa tiene también una disposición complementaria final referida a financiamiento, en la que establece que las acciones derivadas de la ley se financian con los recursos propios de la Comisión de Promoción del Perú, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

III. MARCO NORMATIVO.

- A. Constitución Política del Perú.
- B. Ley 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- C. Reglamento del Congreso de la Republica.
- D. Decreto Supremo N° 010-93-PCM, que crea la Comisión de Promoción del Perú.
- E. Decreto Legislativo N° 833, que otorga el rango de ley a la norma que creó PROMPERU y modificó algunos artículos del Decreto Supremo N° 010-93-PCM.
- F. Ley 30075 -Ley de Fortalecimiento de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo -PROMPERÚ.
- G. Ley 29408 -Ley General de Turismo. Reglamento de la Ley General de Turismo, aprobado por Decreto Supremo N° 003-201 O-MINCETUR y normas modificatorias.
- H. Ley N° 29646 -Ley de Fomento al Comercio Exterior de Servidos.
- I. Decreto Supremo N° 058-2011-PCM que actualiza la calificación y relación de los Organismos Públicos.
- J. Decreto Supremo N° 0013-91-RE, el Ministerio de Relaciones Exteriores crea la Oficina Comercial en Taipéi, China-Taipéi.
- K. Resolución Suprema N° 393-2011-RE, el Ministerio de Relaciones Exteriores formaliza la creación de dieciocho (18) Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior - OCEX.
- L. Resolución Suprema N° 003-2013-MINCETUR, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, formaliza la creación de quince (15) Oficinas Comerciales del Perú en el Exterior - OCEX.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

IV. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA LEGISLATIVA.

4.1. Antecedentes

Sobre PROMPERU

PromPerú fue creada mediante Decreto Supremo N° 010-93-PCM, encargándose de la difusión de la imagen y la realidad del Perú en el exterior. Asimismo, tiene como función orientar la estrategia de promoción de las inversiones, el turismo y las exportaciones. Posteriormente mediante Decreto Legislativo N° 833, se otorgó el rango de Ley a la norma que creó PROMPERÚ y se modificaron algunos artículos del citado Decreto Supremo.

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU es un organismo técnico especializado presupuestal y administrativa. Se encuentra adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y constituye un pliego presupuestal.

Es la entidad que integra a las antiguas Comisión para la Promoción de Exportaciones (PROMPEX) y a la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ) –

previamente encargada de la promoción del turismo - de acuerdo con el D.S. N.º 003-2007-MINCETUR.

Es competente para formular, aprobar, ejecutar y evaluar las estrategias y planes 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, de conformidad con las políticas, estrategias y objetivos sectoriales.

Desde el 2011, Promperú, en estrecha coordinación con los actores del sector comercio exterior y turismo, ha realizado diferentes acciones de promoción, las cuales han contribuido con el posicionamiento del Perú en diferentes mercados internacionales.

Entre sus funciones están:

- a) Formular, aprobar, ejecutar y evaluar el Plan Estratégico y Operativo Institucional de promoción de las exportaciones, el turismo y la imagen país, en concordancia con las políticas nacionales y sectoriales de comercio exterior y turismo.
- b) Desarrollar, difundir, posicionar, administrar y supervisar el uso de la Marca País a nivel nacional e internacional.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

- c) Desarrollar, gestionar y supervisar la ejecución de las actividades de promoción, inteligencia comercial e investigación de mercados, gestión de información, orientación, asistencia y capacitación empresarial, en materia de exportaciones, turismo e imagen país, o nivel nacional e internacional.
- d) Apoyar las actividades de las entidades del sector público y privado que tengan la potencialidad de reportar un retorno promocional de las exportaciones, el turismo y la imagen país, conforme a los planes, estrategias y lineamientos aprobados por la entidad.
- e) Coordinar con las distintas entidades del sector público y privado, las acciones necesarias para la consecución de sus objetivos estratégico en materia de exportaciones, turismo e imagen país, en concordancia con la política del sector comercio exterior y turismo y de acuerdo con el marco legal vigente
- g) Proponer al titular del sector la designación de los Consejeros y Agregados Económicos Comerciales, previo concurso público de méritos.
- h) Coordinar con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en la formulación, modificación e implementación del Plan Estratégico Nacional de Exportaciones - PENX y el Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR, o los que hagan sus veces, en el ámbito de su competencia.
- i) Gestionar recursos de cooperación no reembolsable nacional e internacional para la promoción de las exportaciones y el turismo, conforme a la normatividad vigente y a través de las autoridades competentes.
- j) Coordinar procesos que conlleven a articular la oferta exportable de productos y servicios de acuerdo a las tendencias del mercado externo. Estas coordinaciones se desarrollan con los ministerios pertinentes y el sector privado.
- k) Desarrollar y gestionar la red de contactos en el exterior e identificar oportunidades comerciales en materia de turismo, exportaciones e inversión privada buscando generar oportunidades de negocio para las empresas peruanas.

Sobre la Marca País Perú

La Marca Perú es una herramienta que busca impulsar el turismo, las exportaciones y atraer inversiones. Transmite con eficacia la propuesta de valor de nuestro país, permite asociar un conjunto de valores de un determinado país y se utiliza para competir y poder diferenciarse de otras naciones y, de ese modo, atraer turistas, compradores e inversionistas.

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

"Una marca país es mucho más fuerte que una marca comercial. Es la suma de experiencias invaluableles que han sido transmitidas por generaciones, Son sentimientos, esperanzas y deseos que tiene una nación de su pasado, presente y especialmente de su futuro", comentó la ex presidenta ejecutiva de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú), Amora Carbajal¹.

En el caso peruano, nuestra marca se presenta el mundo como un destino turístico rico en historia, una marca cultural y ancestral. "Así nos conocen en el planeta". No obstante, se señala que el Perú tiene mucho más que ofrecer. *"Contamos con muchos otros aspectos que son vitales para la imagen de una nación en crecimiento, un país vibrante, con oportunidades, tanto para el turismo como para las inversiones, exportaciones y gastronomía",* refirió Carbajal.

¿cómo nació la Marca Perú?

En el 2009, se tomó la decisión de trabajar profesionalmente en el desarrollo de una marca nacional que abarque tres áreas fundamentales: turismo, exportaciones e inversiones.

"Este trabajo fue realizado por etapas, de la mano de profesionales especializados en creación de marcas, siguiendo con los alcances validados con diferentes tipos de herramientas como encuestas, focus group, entre otros", detalló.

La Marca Perú se presentó al mundo el 10 de marzo del 2011. *"Nuestra marca cumplió 10 años de existencia que pueden parecer pocos, pero cuando analizamos esta inversión en tiempo y esfuerzo, creemos que todo ello valió la pena",* precisó.

En el caso del turismo, la Marca Perú busca comunicar esas experiencias inolvidables que se generan al recorrer las rutas más diversas de nuestro país y, de esta forma, incidir positivamente en el aumento de flujo de turistas.

"Para el caso de las exportaciones, la marca comparte con el mundo esta calidad única que tienen los bienes peruanos que generan una gran demanda en los mercados internacionales. Además, se destaca a productos que aportan gran valor diferencial como la alpaca, los cafés especiales, el pisco, los superfoods, entre tantos otros productos de exportación", comentó la funcionaria.

Con relación a las inversiones, la Marca Perú aporta la comunicación que nuestro país está abierto a los capitales y proyectos de todo el mundo. *"Esta visión es compartida con una proyección hacia el futuro. Esto nos permite proyectarnos como un país conectado e interconectado, como un hub internacional que conecta nuestra región con el resto del mundo y un país en donde el desarrollo de muchos negocios*

¹ <https://elperuano.pe/noticia/122229-marca-peru-la-identidad-de-un-pueblo-resiliente>

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

es fundamental".

En la actualidad, la Marca Perú se encuentra protegida en el medio local en las 45 clases de la clasificación internacional de productos y servicios; así como también en 40 países del mundo.

4.2. Sobre los usuarios de la Marca País Perú

El uso de la Marca País Perú permite a unirse al esfuerzo de promover el Perú, creando una imagen positiva del país a nivel nacional e internacional.

La Marca País Perú sólo puede acompañar a las marcas de productos peruanos, es decir, productos en los que al menos el 50% del costo de venta sea de procedencia peruana. Se entenderá como componentes del costo de venta la materia prima, mano de obra, gastos de venta, gastos administrativos, gastos indirectos, entre otros comprendidos en el costo total del producto.

Para poder usar el distintivo en sus productos o servicios, se debe cumplir con el proceso de solicitud de la Marca País Perú y obtener el Certificado de Licencia de Uso. En este proceso se exige formalidad y buena reputación del solicitante, calidad de los productos y servicios, que el uso esté alineado con los objetivos de la Marca País Perú y compromiso con el desarrollo del Perú.

El procedimiento de solicitud de la licencia de uso de la Marca País: Perú, actualmente es gratuita, y puede realizarse de manera virtual. Una vez enviada la solicitud a través del sistema, la Dirección de Imagen País procederá a evaluar la solicitud y emitir un pronunciamiento en un máximo de veinticinco (25) días calendario.

Las personas naturales con negocio y personas jurídicas de derecho público o privado, nacionales o extranjeras, que promueva al Perú puede solicitar la licencia de la marca Perú. Las empresas que operen fuera del territorio nacional podrán solicitar la licencia y obtendrán la licencia luego de obtener una evaluación satisfactoria por parte de PROMPERÚ. Como parte de la evaluación, las empresas que operan fuera del territorio nacional deberán adjuntar copia de carta de referencia emitida por el Consulado Peruano del país en donde desarrolla actividades.

Justificación de la Propuesta

Como señala la exposición de motivos del proyecto de ley, PROMPERU ha venido cumpliendo con las funciones que se le han atribuido ejecutando sus acciones desde dentro del país hacia el exterior, sin embargo, existe una masa crítica de peruanos residentes en el exterior, que comercializan sus productos y servicios de origen o de

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

tradición peruana, y que no cuentan con mayor apoyo del Estado, por cuanto PROMPERÚ no promueve la difusión de la imagen del país, el turismo y exportaciones desde fuera de las fronteras del Perú.

Al respecto, PROMPERU informó sobre los 84 eventos que ha venido realizando y que tiene programados en el exterior durante el año 2022, (ferias, convenciones, congresos, etc.) en los cuales se difundirá la Marca País Perú en 34 países. Así mismo las actividades que vienen realizando son anunciadas en su página web" En todos estos eventos no se encuentran incluidos los peruanos en el exterior, que promueven sus productos y servicios de manera independiente.

En ese sentido, el proyecto de Ley tiene como objetivo cubrir el vacío legal que existe a la fecha, otorgando a los peruanos residentes en el exterior, la posibilidad de contar con el respaldo del Estado Peruano, a través de PROMPERÚ en la difusión de la imagen del país a través de los productos y servicios que comercializan.

Gran parte de los connacionales que migraron en busca de mejores oportunidades de vida y que residen en el extranjero, son emprendedores en los rubros de gastronomía, artesanías, textiles, arte popular, fiestas tradicionales, todas estas actividades implican una exposición y promoción relevante a los ciudadanos del mundo, de la imagen del país y de la cultura peruana, generando mayor interés en el turismo o en la inversión en productos peruanos por parte de los extranjeros.

Por ello, resulta necesario que el Estado Peruano otorgue en igualdad de oportunidades, n respaldo en todo aspecto a los peruanos residentes en el exterior, lo que propiciará no solo que la difusión de la imagen del país pueda crecer exponencialmente, sino también una valoración de los productos peruanos en el extranjero.

Por otro lado, se establece la posibilidad que los peruanos residentes en el exterior puedan utilizar la Marca País Perú, para los productos que elaboren en el exterior o los servicios que brinden, siempre que estos cumplan con los requisitos que se encuentren previstos en la norma por la autoridad competente. El uso de la Marca País Perú dará un valor agregado a sus emprendimientos, impactando asimismo de manera positiva en la imagen del país.

V. ANÁLISIS COSTO – BENEFICIO.

En el ordenamiento jurídico peruano realizar el análisis costo-beneficio implica un método para conocer en términos cuantitativos el impacto y el efecto que tiene un proyecto de ley sobre diversas variables que afectan a la sociedad; así lo dispone la Ley N° 26889, Ley Marco para la Producción y Sistematización Legislativa y,

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

específicamente, el artículo 3 del Reglamento de la referida ley, aprobada mediante el Decreto Supremo N° 008-2006-JUS.

La referida norma establece que el análisis costo-beneficio es obligatorio en caso de normas de desarrollo constitucional, leyes orgánicas, leyes de reformas del Estado o leyes que incidan en aspectos económicos, financieros, productivos, tributarios y en leyes que regulan la política social o ambiental.

La propuesta legislativa busca que la Comisión de Comercio Exterior y Turismo incluyan a los peruanos residentes en el exterior, en las acciones que realice.

La presente iniciativa legislativa no afecta el erario nacional, por el contrario, propicia una mayor promoción y difusión de la imagen del Perú en el exterior, debido al soporte y respaldo que tendrán de PROMPERU, los emprendimientos y actividades que realizan los peruanos residentes en el exterior.

Asimismo, los connacionales residentes en el extranjero se convertirán en una fuente de promoción de nuestra gastronomía, nuestros productos tradicionales, nuestra historia y turismo, y en general de nuestro pasado milenario, y coadyuvarán en el desarrollo de nuestra autoestima nacional, siendo una caja de resonancia para la valoración internacional del país.

Sumando a los peruanos residentes en el exterior y sus emprendimientos en el programa de Marca Perú acelerará y consolidará el proceso de poner al Perú en los ojos del mundo, creando oportunidades de inversión.

VI. EFECTO SOBRE LA LEGISLACIÓN VIGENTE

La presente iniciativa Legislativa tiene como finalidad y objetivo incorporar a los ciudadanos peruanos residentes en el exterior, dentro de los alcances de las acciones y políticas formuladas por PromPerú y resaltar la importancia del uso de la Marca País Perú por parte de ellos; por lo que no modifica ni vulnera ninguna norma existente de nuestro Ordenamiento Legal vigente.

VII. CONCLUSIÓN

Por lo expuesto, la Comisión de Comercio Exterior y Turismo, de conformidad con lo establecido por el literal b) del artículo 70° del Reglamento del Congreso de la República, recomienda la aprobación del Proyecto de Ley 2013/2021-CR, con el siguiente **TEXTO SUSTITUTORIO**:

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA,

Ha dado la Ley siguiente:

LEY QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ"

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto incorporar a los ciudadanos peruanos residentes en el exterior, dentro de los alcances de las acciones y políticas formuladas por la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERU), para que a través de los productos y servicios que estos ofrecen en su lugar de residencia, se difunda la imagen y realidad del Perú.

Artículo 2. Incorporación de los ciudadanos peruanos residentes en el extranjero

Incorpórese a los ciudadanos peruanos residentes en el extranjero como actores, en el diseño, coordinación, concertación y ejecución de políticas y acciones destinadas a difundir la imagen del Perú en el exterior, quienes además podrán utilizar la marca oficial del Estado Peruano, "Marca País Perú", siempre que cumplan con los requisitos previstos por la autoridad competente de acuerdo a ley.

Artículo 3. Entidades Competentes

Encárguese al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo la adopción de las acciones pertinentes para adaptar el procedimiento de licenciamiento de la Marca País Perú, a los peruanos que residen en el extranjero.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. Financiamiento

Las disposiciones de la presente Ley se financian con los recursos propios de la Comisión de Promoción del Perú (PROMPERU), sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

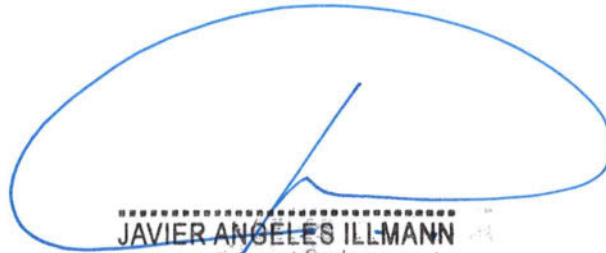
Dese cuenta.
Sala de Comisiones.
Lima, julio de 2022.

S/M
En debate
3/NOV/2022
F: 101
C: 0
A: 1
Aprob
7er Votación
Exoneración
2da Votación
F: 98
C: 1
1
A:
Aprob.

**CONSEJO DIRECTIVO DEL
CONGRESO DE LA REPÚBLICA**

Lima, 11 de octubre de 2022

Al orden del día



.....
JAVIER ANGELES ILLMANN
Director General Parlamentario
CONGRESO DE LA REPUBLICA

COMISIÓN DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

"Decenio de la Igualdad entre Mujeres y Hombres"
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

DICTAMEN RECAÍDO EN EL PROYECTO DE LEY 2013/2021-CR QUE INCORPORA A LOS CIUDADANOS PERUANOS RESIDENTES EN EL EXTERIOR, DENTRO DE LOS ALCANCES DE LAS ACCIONES Y POLÍTICAS FORMULADAS POR PROMPERU Y LES AUTORIZA EL USO DE LA "MARCA PAÍS PERÚ".



Firmado digitalmente por:
AGÜERO GUTIERREZ Maria
Antonieta FAU 20181749128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 25/07/2022 11:11:26-0500



Firmado digitalmente por:
AGÜERO GUTIERREZ Maria
Antonieta FAU 20181749128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 25/07/2022 11:11:46-0500



Firmado digitalmente por:
UGARTE MAMANI Jhakeline
Katy FAU 20181749128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 25/07/2022 15:18:16-0500



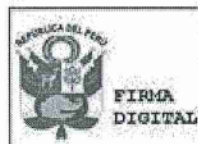
Firmado digitalmente por:
BAZAN CALDERON Diego
Alonso Fernando FAU 20181749128
soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 22/07/2022 16:05:47-0500



Firmado digitalmente por:
BELLIDO UGARTE Guido FAU
20181749128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 25/07/2022 16:57:11-0500



Firmado digitalmente por:
MARTINEZ TALAVERA Pedro
Edwin FAU 20181749128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 25/07/2022 13:28:22-0500



Firmado digitalmente por:
ARAGON CARREÑO Luis Angel
FAU 20181749128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 25/07/2022 16:12:24-0500