

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

PROYECTO DE DECRETO SUPREMO QUE MODIFICA EL REGLAMENTO PARA LA CATEGORIZACIÓN Y CALIFICACIÓN TURÍSTICA DE RESTAURANTES

I. OBJETO

El presente Decreto Supremo tiene como objeto incluir las definiciones del barista, del maestro chocolatero y del sommelier al artículo 4 del Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes aprobado mediante Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR. Mediante esta intervención regulatoria, el Estado incorpora las definiciones de los roles de los referidos especialistas en el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes, para que formen parte del proceso gastronómico y a las actividades turísticas.

II. FINALIDAD

La finalidad de la presente intervención es contribuir con la reactivación económica del sector turismo, a través del desarrollo del turismo gastronómico, esto es, diversificando la oferta turística nacional hacia productos turísticos vinculados con la oferta gastronómica vitivinícola, cafetalera y del chocolate.

Asimismo, se busca generar bases normativas que permitan fomentar programas de educación y certificación que aseguren la capacitación de los baristas, maestros chocolateros y sommelier.

III. ANTECEDENTES

A través del Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, publicado el 24 de noviembre de 2019, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) aprobó el reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes, el cual tiene por objeto establecer las disposiciones administrativas que regulan la categorización de los restaurantes, así como su calificación de "Restaurante Turístico"; y las funciones del órgano competente en dicha materia.

Posteriormente, el 29 de octubre de 2024, se publicó la Ley N° 32144, Ley que define las labores del barista, del maestro chocolatero y del sommelier, la cual tiene por objeto el reconocimiento de las labores del barista, del maestro chocolatero y del sommelier con la finalidad de salvaguardar sus competitividades en el proceso gastronómico y en las actividades turísticas afines a sus labores.

De acuerdo a lo establecido en su Única Disposición Complementaria Final, el Poder Ejecutivo, conforme con sus atribuciones y competencias, adecuará el Reglamento para la Categorización y Calificación Turística de Restaurantes, aprobado por el Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, a fin de incorporar en el numeral 4.1 sobre definiciones y referencias al barista, al maestro chocolatero y al sommelier.

IV. MARCO JURÍDICO Y HABILITACIÓN DEL MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO

En este punto, es necesario señalar en primer lugar que, conforme a lo establecido en el artículo 2 de la Ley N° 27790, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Mincetur en materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía.

Además, el artículo 4 de la precitada Ley señala que son objetivos del Mincetur en materia de turismo, entre otros, el promover el desarrollo de la actividad turística como un medio para

contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, propiciando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada y la generación de empleo.

El numeral 3 del artículo 5 de la precitada Ley, dispone que es función del Mincetur, establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades de comercio exterior coordinando con los sectores e instituciones que corresponda, así como para el desarrollo de las actividades turística y artesanal a nivel nacional, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida en el ámbito de su competencia.

De acuerdo a lo establecido en el artículo 4 del Reglamento de Organización y Funciones del Mincetur, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR y sus modificatorias, uno de los fines del Sector Comercio Exterior y Turismo es promover el desarrollo sostenible de la actividad turística, contribuyendo a la generación de empleo y reducción de la pobreza.

Ahora bien, corresponde señalar que, en virtud de lo establecido en el artículo 27 de la Ley N° 29408 y modificatorias, Ley General de Turismo, los prestadores de servicios turísticos son definidos como las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas, las que se incluyen en el Anexo N° 1 de la referida Ley, entre las que se encuentran, en su literal h), los servicios de restaurantes.

Asimismo, el referido artículo 27 de la Ley N° 29408 y modificatorias, Ley General de Turismo, también señala que el Mincetur reglamenta, en cada caso, a través de decretos supremos, los requisitos, obligaciones y responsabilidades específicas que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos.

Bajo dicho marco jurídico y en virtud de la señalada habilitación contenida en la Ley General de Turismo, el Mincetur aprobó el Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, que aprueba el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes.

V. JUSTIFICACIÓN

En virtud de lo establecido en la Ley N° 32144, Ley que define las labores del barista, del maestro chocolatero y del sommelier; el marco jurídico expuesto y la habilitación legal que posee el MINCETUR en materia turística; así como del análisis del estado actual de la situación fáctica y el problema público identificado, se justifica que corresponde modificar el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes, aprobado por Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, para velar por el reconocimiento de las labores del barista, del maestro chocolatero y del sommelier.

VI. FUNDAMENTO TÉCNICO DE LA PROPUESTA NORMATIVA

6.1 Identificación del problema público:

De acuerdo con la ONU Turismo, la cadena de valor del turismo es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo¹.

Dentro de la cadena de valor, los servicios que brindan los restaurantes no sólo cumplen con satisfacer la necesidad básica de todo ser humano de alimentarse, indistintamente del motivo por el cual requiera hacerlo, sino que también contribuyen significativamente a la diversificación de la oferta turística y a añadir un valor agregado a la experiencia turística.

¹ Organización Mundial del Turismo (2019), *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.

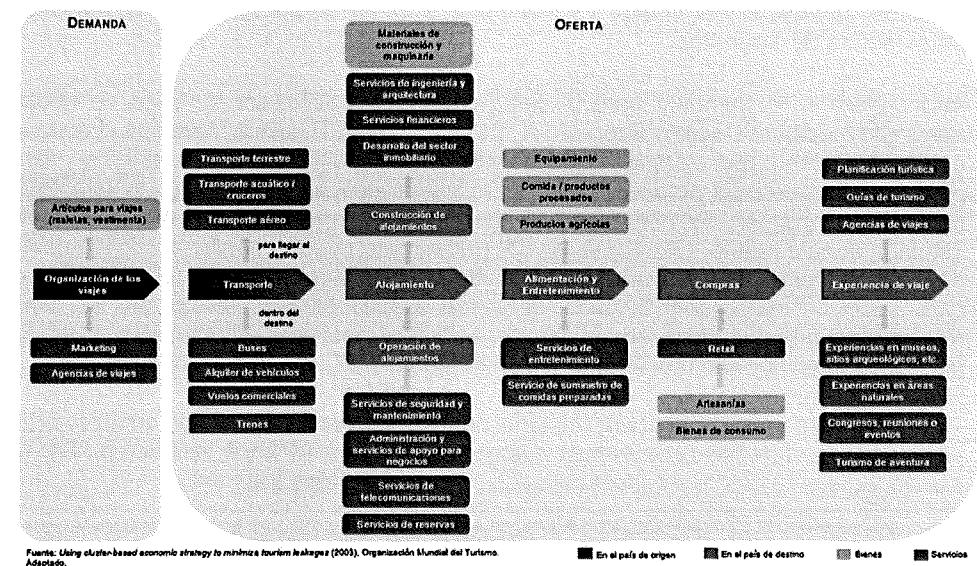
Inclusive, los restaurantes y la oferta gastronómica que ofrecen pueden llegar a ser un elemento clave para la toma de decisión de la visita al destino turístico.

En efecto, la cooperación alemana al Desarrollo señala² que el turismo es un sistema de creación de valor con características y condiciones específicas. Un componente clave de este sistema es el producto turístico que se va a comercializar con el objetivo de obtener valor añadido. También refiere que, con el fin de promover un sistema de creación de valor turístico bajo un enfoque de desarrollo sostenible, se deben tener en cuenta las diversas características del producto turístico.

El valor añadido en turismo es generado directa o indirectamente por un gran número de actores diversos, que pueden tener intereses muy diferente: mientras que las empresas quieren obtener beneficios, las instituciones públicas deben tener en cuenta los intereses de los ciudadanos, y los grupos de conservación de la naturaleza quieren proteger los recursos naturales.

La referida agencia para el desarrollo también refiere³ que el valor añadido a través del turismo surge de la creación de redes de muchos actores diferentes y sus servicios. Para crear una oferta que cumpla con los requisitos y demandas, los servicios individuales deben estar coordinados entre sí e, idealmente, las interacciones deben diseñarse de tal manera que los consumidores lo noten.

Gráfico N° 01
Cadena de valor del turismo



La influencia de la gastronomía en los viajes, además de la creciente demanda en turismo gastronómico y su transversalidad ha hecho de esta tipología turística uno de los segmentos turísticos con mayores posibilidades de desarrollo en un futuro y, por tanto, un sector con la necesidad de contar con profesionales altamente especializados, no sólo en turismo y en gastronomía sino también específicamente en turismo gastronómico⁴.

La ONU Turismo también señala⁵ que la formación que demanda el turismo gastronómico debe ser multidisciplinar, flexible y evolutiva. Además, debe impulsar la creatividad y el

² Partale, K. (2020). *The tourism value chain: Analysis and practical approaches for development cooperation projects*. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

³ *Ibid.*

⁴ Organización Mundial del Turismo (2019). *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420995>

⁵ *Ibid.*

emprendimiento e incorporar las últimas tendencias en consumo gastronómico, para que puedan ser aplicadas con rapidez en el sector. Los cambios que viven los actores vinculados al turismo gastronómico evidencian el surgimiento de nuevas necesidades formativas, con la definición de nuevos perfiles profesionales que dominen nuevas técnicas y entornos digitales a la vez que conozcan los valores y el contenido de las propuestas tan variadas que ofrece el turismo gastronómico alrededor del mundo, y en particular en el Perú.

Tal es el caso de labores del barista, del maestro chocolatero y del sommelier, figuras que han sido definidas a través de la Ley N° 32144, pero que sin embargo aún no están incluidas en el Reglamento para categorización y calificación turística de restaurantes, motivo por el cual su inclusión al proceso gastronómico y a las actividades turísticas aún no estaría del todo culminado, escenario que contribuye con el impulso y desarrollo del turismo gastronómico como un elemento que permite la mejora de la competitividad del sector turismo.

6.2 Análisis del estado actual de la situación fáctica que se pretende regular o modificar:

En el segundo informe de la ONU Turismo sobre turismo gastronómico⁶ se incluyen sesenta buenas prácticas de diferentes países sobre temas tales como la estacionalidad, la formación y la innovación, las iniciativas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación e itinerarios relacionados con el vino. La publicación se subraya que, en lo que se refiere a la motivación de los turistas, la experiencia gastronómica es hoy tan importante como visitar un museo, disfrutar de la música o admirar la arquitectura de un destino. En este sentido, el turismo gastronómico tiene un gran potencial para mejorar la gestión de los destinos, promover las culturas y contribuir a otros sectores, como la agricultura y la manufactura de alimentos.

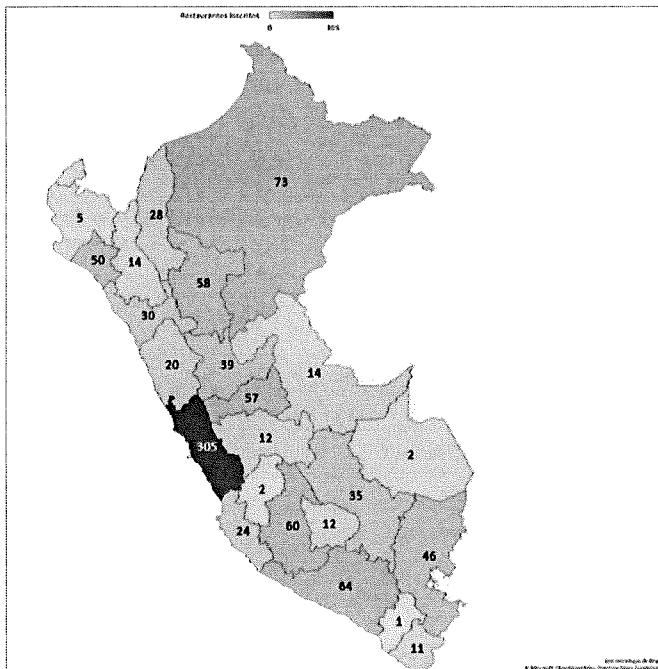
Ahora bien, el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes, aprobado mediante Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, señala que el restaurante es el establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, producida por terceros y/o a través de cocinas centrales, cumpliendo con lo establecido en la Norma Sanitaria para Restaurantes y Servicios afines aprobada por el Ministerio de Salud. También señala que la persona titular del restaurante puede solicitar al órgano competente, de manera voluntaria, su categorización de uno, dos, tres, cuatro o cinco tenedores, o calificación de restaurante turístico, debiendo cumplir para tal efecto con las condiciones mínimas de infraestructura, equipamiento, servicio y personal, establecidas en los Anexos I, II, III, IV y V del referido reglamento y/o en su artículo 12, según corresponda.

A la fecha, conforme al Directorio Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados, en el Perú existen 968 restaurantes categorizados y/o calificados inscritos a nivel nacional, siendo Lima la región que concentra el 32% de restaurantes inscritos:

Gráfico N° 02

Distribución geográfica de los restaurantes categorizados y/o calificados inscritos en el Directorio nacional de prestadores de servicios turísticos calificados

⁶ World Tourism Organization (2017), *Affiliate Members Report, Volumen sixteen – Second Global Report on Gastronomy Tourism*, UNWTO, Madrid.

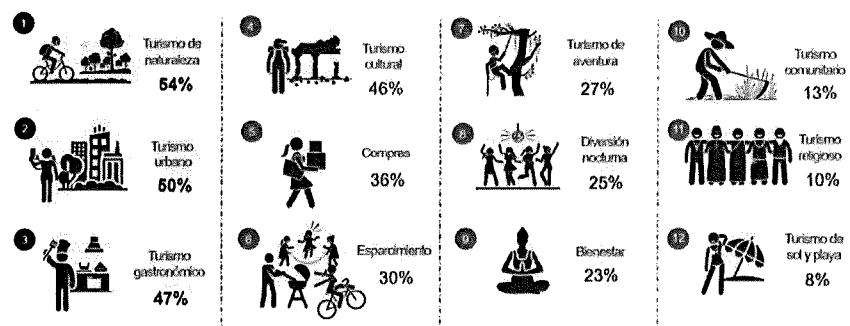


Por otro lado, conforme a lo señalado por Promperú en el "Perfil del Vacacionista Nacional 2023", los viajes por turismo interno representaron el 94% del total de viajes en el Perú.

Durante el periodo de enero a diciembre de 2023, 3 millones de peruanos viajaron por vacaciones a destinos nacionales. Lima, debido a su gran tamaño poblacional, fue nuevamente la región con la mayor cantidad de vacacionistas. El 78% fueron jóvenes (Centennials y Millennials), quienes a pesar de las circunstancias económicas y sociales que atravesó el país durante el 2023, mantuvieron la reactivación del turismo interno, siendo Lima principal región emisora.

Los viajes centrados en el turismo de naturaleza, urbano y gastronómico fueron los más populares entre los vacacionistas. En promedio, cada uno participó en unas 4 actividades durante su viaje. La preferencia se mantuvo por las actividades que ofrecían oportunidades de aprendizaje o simplemente paseos relajantes. Además, debido a los desastres naturales y las alertas por el Fenómeno del Niño, las actividades de sol y playa se vieron desplazadas por precaución. Las actividades culinarias ocuparon el tercer lugar en popularidad, siendo elegidas por el 47% de los vacacionistas. En promedio, cada viajera participó en al menos 2 actividades gastronómicas durante su viaje.

Gráfico N° 03
Actividades realizadas



Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2023 - PROMPERÚ

Gráfico N° 04
Experiencias gastronómicas



Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2023 - PROMPERÚ

En cuanto al desarrollo de las actividades que están relacionadas a la labor del barista, maestro chocolatero y sommelier, es necesario señalar que los principales productos en los que se concentra su labor de especialistas, han obtenido una denominación de origen que se constituye en un signo distintivo⁷ protegido que emplea el nombre de una zona geográfica para designar y distinguir un producto cuyas características especiales derivan del lugar donde se elabora, incluyendo factores naturales y humanos:

- El "Pisco" fue declarado denominación de origen mediante Resolución Directoral N° 072087-DIPI, del 12 de diciembre de 1990, ratificada por el Decreto Supremo N° 001-91-ICTI/IND del 16 de enero de 1991. Por otro lado, en el año 2017, mediante Resolución N° 13880-2017/DSD-INDECOPI, fue declarado el carácter notoriamente conocido en grado de renombre de la Denominación de Origen Pisco. Las zonas productoras son Lima, Ica, Arequipa, Moquegua, y los valles de Locumba, Sama y Caplina, en Tacna. Además, la UNESCO ha validado y reconocido un conjunto de documentos históricos que confirman el origen peruano del Pisco. Estos manuscritos, que datan de entre 1587 y 1613, han sido inscritos en el Programa Memoria del Mundo.
- La denominación de origen "Cacao Amazonas Perú" se aprobó mediante Resolución N° 14866-2016/DSD-INDECOPI. Este cacao se cultiva en la selva baja, zona que se caracteriza por presentar variables meteorológicas que favorecen el desarrollo del árbol que, en armonía con otros factores abióticos y humanos, produce granos y semillas con particularidades de aroma y sabor muy especiales.
- La denominación de origen "Café Villa Rica" se aprobó mediante Resolución N° 012784-2010/DSD-INDECOPI. Muchas de las cualidades de este café están relacionadas al componente geográfico de Villa Rica, al clima donde se cultiva, al tipo de suelo y las fuentes de agua que sirven para que movilicen nutrientes desde el suelo hacia la planta. Además, considera el factor humano, que consiste en las prácticas y técnicas del cultivo por parte de los caficultores de la zona, así como a los métodos de postcosecha, que culminan con la obtención del grano verde.
- La denominación de origen "Café Machu Picchu – Huadquiña" se aprobó mediante Resolución N° 003917-2011/DSD-INDECOPI. Distingue al café en grano verde y con excelente cuerpo producido en el caserío Huadquiña, distrito de Santa Teresa, provincia de La Convención, Cusco.

⁷ La Dirección de Signos Distintivos del Indecopi es la entidad a cargo de emitir dichas resoluciones.

En lo concerniente a la industria del cacao, en nuestro país se vienen desarrollando acciones encausadas a la puesta en valor del cacao, como producto originario y de amplia diversidad genética de la Amazonía Peruana. Según informa el MIDAGRI⁸, el cacao peruano es reconocido a nivel mundial por sus características naturales, fino sabor y aroma. El Perú es considerado uno de los principales productores y exportadores mundiales de cacao, siendo los principales mercados Países Bajos, Indonesia, México, Malasia, EE.UU. Italia, España, Alemania, entre otros.

El Perú figura como tercer exportador mundial de cacao orgánico solo detrás de México e Indonesia, y es una de las diez naciones productoras y exportadores en el mundo de cacao. Solo el año pasado, el MIDAGRI dio a conocer que se exportaron más de 65 mil toneladas de grano de cacao peruano por un valor FOB de más de US\$ 155 millones, lo que significó un crecimiento del 18 % en volumen y 8 % en el valor en comparación a lo exportado en el 2021.

Además, el cultivo del cacao involucra aproximadamente a 90,000 productores principalmente de la agricultura familiar ubicados en 16 regiones del país y que en el 2022 lograron una producción de 170,300 toneladas. Entre los años 2000 y 2020 la producción mundial de cacao creció un 72%. El Perú ha sido el segundo país que más ha crecido en este periodo.

Por su parte, el consumo per cápita de chocolate en el Perú llega a 500 gramos anuales, y la meta del sector es elevarlo a un kilo al año 2025. El mayor consumo se concentra en Europa, en países como Holanda, Suecia, Suiza con 8 kilos per cápita, así como Italia, España y Alemania entre 4 y 5 kilos, entre otros.

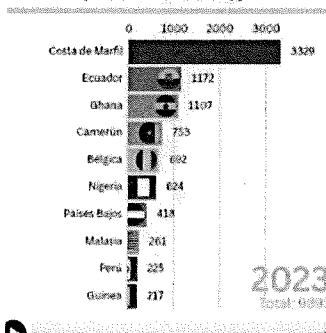
Entre las principales regiones productoras destacan, San Martín que se ubica como el principal productor, seguido de la región Junín. También destacan Ucayali, Huánuco y Cusco. Las cinco regiones representan el 86% de la producción total. El rendimiento promedio nacional es de una tonelada por hectárea.

Cabe resaltar que, mediante Decreto Supremo N.º 017-2022-MIDAGRI se aprobó el Plan Nacional para la Cadena de Valor del Cacao Chocolate al 2030 con la visión hacia el 2030, donde el Perú es reconocido por su alta oferta de cacao y chocolates de calidad, especialmente finos, de origen sostenible. El Plan Nacional del Cacao es liderado por el MIDAGRI y constituye un instrumento de gestión que orienta las intervenciones de los sectores público, privado, la cooperación y la sociedad civil en busca de la competitividad de la cadena de cacao chocolate.

Finalmente, según el reporte del MIDAGRI⁹, a través del Sistema Integrado de Estadística Agraria, al año 2023, el café figura en el ranking de los 10 productos más exportados desde el Perú hacia los siguientes mercados:

Gráfico N° 05

EXPORTACIÓN DE CACAO
(MILLONES US\$)



⁸ <https://www.gob.pe/institucion/midagri/noticias/841797-peru-centro-de-origen-y-productor-mundial-de-cacao-organico>

⁹ <https://siea.midagri.gob.pe/portal/publicacion/ranking-agroexportacion>

Por otro lado, la Cámara del Café y Cacao ha publicado que, en términos de comercio y exportaciones el café ha tenido los siguientes resultados para el año 2024:

Gráfico N° 06

Enero-abril 2024					Anual, 2023	Abril, 2024
Volumen exportado 847,126.6 Sacos 60 Kg, café verde	Valor exportado USD 167,038.9 Miles de dólares, café verde	Volumen importado 1,182.6 Toneladas, café soluble	Valor Importado USD 15,261.2 Miles de dólares, café soluble	Volumen producido 368,625.0 Toneladas café pergamino (anual, 2023)		
					Bolsa de New York USD 220.6 USD/QQ	

Fuente: Cámara del café & cacao

En otro aspecto relacionado a la industria del Pisco en nuestro país, el Ministerio de la Producción dio a conocer el alentador panorama para esta emblemática bebida peruana. Según estimaciones del Sector, la producción formal de pisco ascendería a 7.9 millones de litros este año, lo que representa un crecimiento del 4% respecto al año anterior. Este sector, que se vio afectado por factores climáticos adversos y una contracción en la venta interna en 2023 (-13.9% y -15.1% respectivamente), logra así una notable recuperación.

Al respecto, la presidencia de la Comisión Nacional del Pisco (CONAPISCO), explicó que este resultado ha sido impulsado por la evolución favorable de las exportaciones, la recuperación de la demanda interna y las diversas campañas de promoción de nuestra bebida bandera. "En la última década el sector pisco ha crecido en una tasa de variación anual de 6.5% anual en la última década. De producir 4.9 millones de litros de pisco en 2014, pasó a 7.6 millones de litros en 2023, lo cual revela que la tendencia sigue en ascenso", señaló el titular de PRODUCE.

Asimismo, el ministro de la producción precisó que el pisco, emblema nacional del Perú, no solo se distingue por su exquisita calidad y sabor inigualable, sino también por su significativo impacto económico. La industria del pisco contribuye anualmente con más de S/. 80 millones de soles en valor agregado, representando un aporte del 18.2% al sector vitivinícola.

Esta actividad impulsa la economía y sostiene más de 15 mil empleos directos e indirectos a lo largo de toda su cadena productiva. Es por ello que PRODUCE destacó que el pisco peruano ha exportado anualmente un promedio de 980 mil litros en el último quinquenio, generando US\$ 7.5 millones de divisas por año para el país. En dicho periodo, los envíos al mercado internacional aumentaron en promedio un 10.3% por año. Estados Unidos, España y Holanda se mantienen como los principales destinos de exportación.

Entre las regiones más productoras, Lima e Ica son las regiones líderes en la producción de pisco, representando en conjunto más del 85% de la producción nacional. Actualmente, Produce contabiliza más de 495 empresas con la autorización de uso de la denominación de origen pisco, dedicadas a la producción y comercialización de esta bebida. De estas empresas, el 94% son micro y pequeñas empresas (MYPE), mientras que el 6% corresponden a medianas y grandes empresas. En el marco del Día Nacional del Pisco, que se celebra el cuarto domingo de cada mes de julio, el Ministerio de la Producción informa sobre un alentador panorama para esta emblemática bebida peruana. Según estimaciones del Sector, la producción formal de pisco ascendería a 7.9 millones de litros este año, lo que representa un crecimiento del 4% respecto al año anterior. Este sector, que se vio afectado por factores climáticos adversos y una contracción en la venta interna en 2023 (-13.9% y -15.1% respectivamente), logra así una notable recuperación.

Desde el MINCETUR se viene promoviendo la Ruta del Pisco, la cual tiene como objetivo brindar una experiencia turística que celebre la herencia cultural del Pisco. Esta ruta que gira en torno a la bebida bandera, busca atraer a turistas nacionales e internacionales interesados en conocer sobre la cultura del Pisco y vivir una experiencia de calidad promoviendo las buenas prácticas sostenibles y responsables que benefician a la comunidad local y preserven las tradiciones culturales asociados a la bebida de bandera. Entre las principales regiones



que se propone desarrollar la Ruta de Pisco se encuentran Ica, Arequipa, Lima, Tacna y Moquegua.

En relación a la industria vitivinícola, de acuerdo a lo reportado por el Ministerio de la Producción¹⁰ en el periodo del 2019 al 2023 la producción creció a una tasa promedio del 6.0%. en el año 2023. No obstante, la producción de vinos registró 19.1 millones de litros, significando ello una caída de (-17.9%) respecto al año anterior. Este resultado se explicaría por una reducción en la demanda interna.

Asimismo, en el periodo 2018-2022, el número de productores vinícolas mostró un crecimiento promedio anual de 4.1%, pasando de 321 a 377. Asimismo, en ese año, el 98.1% de los productores del sector vinícola fueron MYPE, las cuales se concentraron en mayor proporción en las micro (94.7%) y en menor medida en las pequeñas empresas (3.4%). En tanto, solo el 1.9% de los productores vinícolas pertenecieron al estrato de grandes empresas. En cuanto a las exportaciones de vino, en el año 2023 ascendieron a 559.1 miles de litros, volumen que significó un ligero crecimiento de 1.0%, con respecto a similar periodo del año anterior. Este resultado responde a un aumento en los envíos a España, Costa Rica, Chile y Japón.

Gráfico N° 07

Sector Vitivinícola: Principales mercados destino 2023

País destino	Miles de FOB US\$			Miles de Litros			Part % FOB US\$ 2023
	2022	2023	Var % Ene-Dic (23/22)	2022	2023	Var % Ene-Dic (23/22)	
Estados Unidos	1,181.8	1,035.5	-12.4	371.8	372.3	0.1	58.5%
Francia	240.2	189.5	-21.1	40.7	35.5	-12.8	10.7%
España	45.8	81.6	78.4	11.3	22.3	97.1	4.6%
Japón	84.0	58.2	-9.1	11.8	13.6	15.2	3.3%
China	144.0	52.9	-63.3	12.9	5.2	-59.0	2.0%
Brasil	100.6	44.3	-56.0	19.0	11.1	-41.6	2.5%
Costa Rica	26.5	35.8	34.8	6.5	23.8	266.6	2.0%
Reino Unido	12.0	33.8	53.1	9.9	7.2	-27.2	1.9%
Chile	8.1	30.5	217.4	0.5	8.8	1608.5	1.7%
Aguas Internacionales	2.9	30.1	951.1	0.4	1.0	113.3	1.7%
Otros	163.5	170.4	3.0	68.5	58.2	-15.0	10.0%
Total	2,099.4	1,768.7	-18.6	533.3	559.1	1.8	100.0%

* Oficio Ene - dic. 2023/2022
Fuente: SUNAT (2023)
Estimación: PRODUCE-ODEE

Top 10: Principales mercados destino, Ene-dic. 2023
(Miles de litros)



Fuente: SUNAT
Estimación: PRODUCE-ODEE

En el periodo del 2019 al 2022, el nivel de empleo generado por el sector vitivinícola se incrementó en un +3% en promedio anual, generando así, cerca de 30 mil empleos en promedio por año. El nivel de empleo generado por la industria vitivinícola representa el 0.2% del total de empleo a nivel nacional.

Sobre la industria del café en el Perú, la Cámara del Café y Cacao¹¹ señala que, en el Perú, el volumen de consumo de café crece y se desarrolla principalmente en las subcategorías de café soluble y molido. En el periodo 2010-19 la primera creció 60.2% y la segunda 41.3% (Euromonitor 2020). Incluso, en el periodo de pandemia 2020-21, el volumen de consumo de toda la categoría café se incrementó en 5.6% (Euromonitor, 2021).

Asimismo, precisa que "El consumo en el país tiene una tendencia a diversificarse según la ocasión en el canal de consumo". Fuera del hogar, la preferencia por el consumo de ciertos formatos de café varía según la ocasión de visita a cafeterías de cadena extranjeras, de cafeterías de especialidad independientes, incluso de tostadurías, cooperativas y pequeños

¹⁰ <https://efaldnbmnnnibpcajpcgiclcfindmkaj/> https://www.producempresarial.pe/wp-content/uploads/2024/04-6-PPT_Desempeno-Sector-Vinicola-2023_rev25.03.2024.pdf

¹¹ <https://camcafeperu.com.pe/ES/cafe-peruano-destacados-nota.php?id=3>

vendedores al por menor. Dentro del hogar, existe una dualidad del consumo, es decir, los consumidores alternan el consumo de los formatos según la ocasión (Kantar 2020, Euromonitor 2021, CPCC 2021).

En las regiones productoras, también existen indicios de una tendencia creciente de consumo de café, en particular del formato molido. Por ejemplo, en las ciudades de Moyobamba y San Martín, la penetración del café molido es 53% y 43% respectivamente (CPCC, 2021), superior al 24.1% reportado por Kantar (2020) en Lima. En Cusco, el volumen de venta de café molido de marca local en el canal minorista tradicional incrementó 14% durante la pandemia (Nielsen, 2021) y en Pichanaki, la cooperativa Procafés (2021) reporta que el valor del consumo de productos a base de café molido en la cadena de cafeterías y puntos de venta de cooperativas del distrito, bordearía los 2.5 millones de soles.

Existe un interés creciente del consumidor peruano por probar una gama de bebidas a base de café, en distintos lugares y momentos del día, también una participación activa de canales y marcas pequeñas, medianas y grandes para atender las distintas necesidades de consumo durante la rutina del consumidor. Así, conviven en una categoría con potencial de incrementar su volumen (número de tazas que se toman al día) y de expandirse en segmentos aún no explorados (número de nuevos consumidores).

De acuerdo a lo reportado por el MIDAGRI¹², a través del Sistema Integrado de Estadística Agraria, al año 2023, el café figura en el ranking de los 10 productos más exportados desde el Perú hacia los siguientes mercados:

Gráfico N° 08

EXPORTACIÓN DE CAFÉ
(MILLONES US\$)



Fuente: SIEA – MIDAGRI

Como parte de las acciones que viene realizando el MINCETUR con respecto a este sector, en trabajo conjunto con los representantes de empresas como cafés de especialidad, cafeterías y tostadurías, durante el año 2024 se realizó una intervención en estas unidades productivas, que aun tener la categoría de prestadores de servicios turísticos, fueron considerados en la implementación de herramientas dirigidas a la mejora de la calidad de la prestación del servicio, considerando que estas unidades productivas refuerzan la identidad de los productos en destinos turísticos cuya identidad está vinculada al café.

Sin perjuicio de lo expuesto, es necesario precisar que, con Oficio N° 961-2024-MINCETUR/SG, de fecha 15 de octubre de 2024, el MINCETUR, desde su Secretaría General, remitió a la Secretaría del Consejo de Ministros su opinión sectorial sobre la Autógrafa de Ley que define las labores del barista, del maestro chocolatero y del sommelier, que fue plasmada en el Informe N° 0105-2024-MINCETUR/VMT/DGPDT/DNCT-MAR de la Dirección de Normatividad y Calidad Turística de la Dirección General de Políticas de Desarrollo Turístico del Viceministerio de Turismo, así como en el Informe N°0103-2024-MINCETUR/SG/AJ-GPT de la Oficina General de Asesoría Jurídica.

¹² <https://siea.midagri.gob.pe/portal/publicacion/ranking-agroexportacion>

En ese sentido, corresponde incidir en la opinión vertida en el Informe N° 0105-2024-MINCETUR/VMT/DGPDT/DNCT-MAR, en cuanto a que la inclusión de las definiciones de barista, del maestro chocolatero y del sommelier no generaría la obligatoriedad de contratar a dichos especialistas en los restaurantes, considerando que este sería un factor que elevaría los costos de la prestación del servicio del restaurante, toda vez que implicaría la contratación de personal especializado.

Aunado a ello, en cuanto a la labor del maestro chocolatero y del barista, no existe una obligatoriedad a nivel de la normativa del servicio turístico de restaurantes de que los productos que se expendan en base a café o chocolate, sean elaborados dentro del establecimiento, por ende, pueden ser obtenidos de un proveedor externo.

De igual forma, el maestro chocolatero, el barista e incluso el sommelier, si bien pueden laborar como especialistas en su campo dentro de un restaurante, de la misma manera pueden hacerlo en establecimientos como cafeterías, bares, panaderías, entre otros, que no se encuentran dentro del ámbito de aplicación del Reglamento para la Categorización y Calificación Turística de Restaurantes, al no considerarse establecimientos que presten servicios turísticos. Son especialistas que pueden brindar sus servicios de forma independiente y más allá del ámbito de un restaurante turístico.

Finalmente, es preciso resaltar que el MINCETUR ejerce su competencia como ente rector de la actividad turística, exclusivamente sobre los prestadores de servicios turísticos, entendiéndose aquellos, como las personas naturales o jurídicas que participan en la actividad turística, con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas. Por ende, los servicios que realiza el barista, el maestro chocolatero y el sommelier no suponen la ejecución de una actividad básica e indispensable para el desarrollo del servicio de restaurantes turísticos que regula el Reglamento, sino que resultan ser actividades complementarias que pueden o no ser incluidas en la oferta del servicio, en función a la demanda requerida por el mercado.

6.3 Contenido de la propuesta normativa

La fórmula normativa de la propuesta de modificación consta de tres artículos:

- Artículo 1: Contiene los cambios propuestos para el artículo 4 del Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes aprobado mediante Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, el cual está dirigido a incorporar los literales aa), bb) y cc) conteniendo las definiciones de barista, maestro chocolatero y sommelier.

- Artículo 2.- Publicación

El presente Decreto Supremo se publica en la Plataforma Digital Única del Estado Peruano para Orientación al Ciudadano (www.gob.pe), así como en la sede digital Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (www.gob.pe/mincetur), el mismo día de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

- Artículo 3.- Refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por la Ministra de Comercio Exterior y Turismo.

6.4 Análisis sobre la necesidad, viabilidad y oportunidad

Sobre la necesidad:

La regulación es una herramienta fundamental para facilitar la actividad económica, pudiendo crear un marco normativo favorable o actuar como un impedimento para el desarrollo de un sector económico moderno, flexible y eficiente¹³. En efecto, en el caso del turismo la definición de un marco regulatorio es fundamental para el desarrollo de la actividad de manera formal,

¹³ World Tourism Organization (UNWTO) (Ed.). (2012). *Políticas y Prácticas para el turismo mundial*. World Tourism Organization (UNWTO).

segura y sostenible; esto aunado a que para la implementación de las normas sectoriales son los órganos regionales los que se encargan de su implementación.

A la fecha, el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes no incluye las definiciones de los términos barista, sommelier y maestro chocolatero, actividades que son de suma importancia para incrementar el valor de la experiencia de los comensales y elevar la calidad del servicio. Por ello, su inclusión en el referido reglamento, resulta necesaria para generar bases normativas que permitan el fomento de programas de educación y certificación que aseguren la capacitación de los baristas, maestros chocolateros y sommelier, así como promover el desarrollo del turismo gastronómico como herramienta de diversificación de la oferta turística e impulso de la competitividad del sector. De no intervenir regulatoriamente, además de incumplir con el mandato establecido en la Ley N° 32144, no estaríamos promoviendo un escenario propicio para el desarrollo de las actividades de los baristas, maestros chocolateros y sommelier, ya que no contarían con un marco legal que los incentive a la formación y certificación profesional, lo que podría generar nuevas oportunidades económicas para ellos y los empleadores que los contratan.

Sobre la viabilidad:

Esta modificación resulta técnicamente viable, ya que las mismas están relacionadas con las actividades que desarrollan los prestadores de servicios turísticos señalados expresamente en el Anexo N° 1 de la Ley N° 294048, Ley general de turismo, particularmente con las actividades que desarrollan los restaurantes. Estos términos también están vinculados directamente con la actividad turística, en tanto que el turismo gastronómico puede atraer un movimiento de visitantes que buscan experiencias culinarias diversas, lo que implica también un flujo constante de clientes para los restaurantes en los que se desempeña el barista, del maestro chocolatero y el sommelier.

Además, corresponde señalar que la propuesta de modificación del Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes cumple con todos los lineamientos para la elaboración, denominación y publicación de una norma, estipulados en la Ley marco para la producción y sistematización legislativa, Ley N° 26889 y su reglamento, aprobado por el Decreto Supremo N° 007-2022-JUS y modificatorias.

Sobre la Oportunidad:

En cuanto a la oportunidad de la modificación del reglamento, según lo resaltado por la ONU Turismo sobre turismo gastronómico, la experiencia gastronómica es hoy tan importante como visitar un museo, disfrutar de la música o admirar la arquitectura de un destino. Asimismo, Promperú identificó que, en cuanto al turismo interno durante el 2023, los viajes de turismo de naturaleza, urbano y gastronómico fueron los más populares entre los vacacionistas. Como bien se precisa, las actividades culinarias ocuparon el tercer lugar en popularidad, siendo elegidas por el 47% de los vacacionistas. En promedio, cada viajera participó en al menos 2 actividades gastronómicas durante su viaje.

En otro aspecto, desde el sector se ha previsto intervenir en el desarrollo de productos y rutas turísticas teniendo como eje principal al Pisco y otros licores, dirigida a mejorar la experiencia del turista en sus visitas a las bodegas temáticas. Asimismo, se ha establecido una estrategia de intervención dirigida a la mejora de la calidad de la prestación de los servicios turísticos en establecimientos comercialización del café como cafeterías.

Por lo expuesto, desde el MINCETUR consideramos oportuna la iniciativa legislativa y como consecuencia, la modificación de reglamento, a fin de que estos profesionales sean incluidos como parte de la cadena de valor de la actividad turística y de esta manera, se puedan visualizar los aportes, ventajas y beneficios que estos actores aportarán a la actividad de restaurantes y al sector turismo.

6.5 Precisión del nuevo estado que genera la propuesta

Con la aprobación del proyecto normativo, se podrá establecer un marco legal que permita incluir al barista, maestro chocolatero y sommelier en la normativa sectorial de tal manera que se genere un escenario que contribuya con el impulso y desarrollo del turismo gastronómico como un elemento que permite la mejora de la competitividad del sector turismo. A su vez, esta intervención generará bases normativas que permitan el fomento de programas de educación y certificación que aseguren la capacitación de los baristas, maestros chocolateros y sommelier.

6.6 Desarrollo de los objetivos relacionados con el problema identificado

El objetivo general que se busca con la intervención regulatoria es incorporar las definiciones de los roles del barista, maestro chocolatero y sommelier en el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes, con el fin de incluirlos al proceso gastronómico y a las actividades turísticas, escenario que contribuirá con el impulso y desarrollo del turismo gastronómico como un elemento que permite la mejora de la competitividad del sector turismo.

Consecuentemente los objetivos específicos son los siguientes:

- Contribuir con la reactivación económica del turismo a través del desarrollo del turismo gastronómico.
- Diversificar la oferta turística nacional hacia productos turísticos vinculados con la oferta gastronómica vitivinícola, cafetalera y del chocolate.
- Generar bases normativas que permitan el fomento de programas de educación y certificación que aseguren la capacitación de los baristas, maestros chocolateros y sommelier.
- Contribuir con el desarrollo productivo de la industria vitivinícola, cafetalera y del chocolate.

VII. ANÁLISIS DE IMPACTOS CUANTITATIVOS Y/O CUALITATIVOS DE LA NORMA

7.1 Análisis de impactos cuantitativos

El proyecto de Decreto Supremo propuesto no tiene incidencia directa en aspectos económicos, financieros o tributarios y su aprobación no irrogará gasto adicional al erario nacional como consecuencia de su implementación.

En tal sentido, los actores sociales directamente involucrados con la presente iniciativa son: el MINCETUR como órgano rector en materia de Comercio Exterior y Turismo, como órgano competente; los titulares prestadores del servicio de restaurantes; y, los baristas, los sommelier y los maestros chocolateros del Perú, en su calidad de beneficiarios potenciales.

Cabe mencionar, que los beneficios que se obtendrán con la aprobación del presente dispositivo legal, será principalmente elevar la calidad del servicio, en tanto las actividades serán desarrolladas por aquellas personas que acrediten contar con las competencias necesarias para ello.

7.2 Análisis de impactos cualitativos

Se considera que, en este caso, la norma tendría un impacto beneficioso para los especialistas, toda vez que su inclusión en el reglamento los identifica y sitúa como profesionales que forman parte complementaria de la cadena de valor de la actividad de restaurantes. Asimismo, la inclusión de las definiciones de estos especialistas en la norma correspondiente, podría generar que, en adelante, otros sectores como el sector educación considere la posibilidad de incluir una propuesta formativa en torno a estas actividades especializadas.

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

Conforme a lo establecido en el artículo 10 del Reglamento de la Ley Marco para la producción y sistematización legislativa, aprobado por Decreto Supremo N° 007-2022-JUS, el análisis de impacto de la vigencia de la norma en la legislación nacional debe precisar de manera detallada si se trata de innovar supliendo vacíos en el ordenamiento jurídico o si más bien se trata de una propuesta que modifica, deroga o complementa normas vigentes. En ese sentido, corresponde señalar que la presente norma modifica el Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, a través de la incorporación de tres definiciones en el artículo 4 del mismo. Adicionalmente a ello, no genera mayor cambio en el ordenamiento jurídico nacional, toda vez que no deroga normas vigentes.

Asimismo, el proyecto de Decreto Supremo guarda vinculación y coherencia con la Constitución y demás normas vigentes del ordenamiento jurídico nacional y con los tratados suscritos por el Estado Peruano.

Adicionalmente, está alineado al principio de legalidad reconocido en el subnumeral 1.1 del artículo IV del Texto Único Ordenado de la Ley N° 274444, Ley del procedimiento administrativo general, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2019-JUS. No contraviene la Constitución Política del Perú, ni el bloque de constitucionalidad, toda vez que no recorta, vulnera, afecta, amenaza, o viola los derechos.

IX. EXCEPCIÓN DE APLICACIÓN DEL ANÁLISIS DE IMPACTO REGULATORIO EX ANTE

En cuanto a las competencias y fines, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, en materia de turismo, promueve, orienta y regula la actividad turística. En ese sentido, con fecha 06 de febrero de 2025, mediante el Memorándum N° 124 – 2025- MINCETUR/VM, el Viceministerio de Turismo remitió al Oficial de Calidad Regulatoria el formato de aplicación de excepción al Análisis de Impacto Regulatorio Ex Ante del proyecto de Decreto supremo que modifica el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes, conjuntamente con el proyecto normativo, se remitió la exposición de motivos y el Informe Técnico Legal N° 008-2025-MINCETUR/VM/DGPDT/DNCT-MAR como sustento técnico de la solicitud.

Con fecha 24 de febrero de 2025, la Secretaría Técnica de la Comisión Multisectorial de Calidad Regulatoria comunicó, mediante correo electrónico a la Oficina de Asesoría Jurídica del MINCETUR, el resultado de la revisión respecto al Anexo 7 "Formato de aplicación de excepción al AIR Ex Ante" remitido junto al proyecto normativo "DECRETO SUPREMO QUE MODIFICA EL REGLAMENTO PARA LA CATEGORIZACIÓN Y CALIFICACIÓN TURÍSTICA DE RESTAURANTES", declarando **improcedente** el AIR Ex Ante del proyecto normativo, en virtud de la excepción establecida en el numeral 18 del inciso 28.1 del artículo 28 del Reglamento del AIR Ex Ante; **señalando que no corresponde realizar el AIR Ex Ante por parte de la entidad.**

Al respecto, es necesario añadir que, conforme a la Segunda Disposición Complementaria Transitoria del Reglamento del Decreto Legislativo N° 1565, Decreto Legislativo que aprueba la Ley General de Mejora de la Calidad Regulatoria, aprobado con Decreto Supremo N° 023-2025-PCM, los expedientes, que a la fecha de la entrada en vigencia de dicho Reglamento, se encuentren en trámite, se rigen por lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 061-2019-PCM, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento para la aplicación del Análisis de Calidad Regulatoria de procedimientos administrativos establecido en el artículo 2 del Decreto Legislativo N° 1310, Decreto Legislativo que aprueba medidas adicionales de simplificación administrativas; y el Decreto Supremo N° 063-2021-PCM, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento que desarrolla el Marco Institucional que rige el Proceso de Mejora de la Calidad Regulatoria y establece los Lineamientos Generales para la aplicación del Análisis de Impacto Regulatorio Ex Ante, hasta su culminación.

En línea con ello, corresponde resaltar que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo solicitó la aplicación de excepción al AIR Ex Ante del proyecto de Decreto supremo que modifica el Reglamento para la categorización y calificación turística de restaurantes, antes de la entrada en vigencia de Reglamento del Decreto Legislativo N° 1565; y, de igual forma, la Secretaría Técnica de la Comisión Multisectorial de Calidad Regulatoria comunicó la

improcedencia del referido AIR Ex Ante antes de la entrada en vigencia de Reglamento del Decreto Legislativo N° 1565. Por ende, para el presente caso se aplicaron las disposiciones del Reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 063-2021-PCM.

X. PUBLICACIÓN DEL PROYECTO NORMATIVO

Mediante Decreto Supremo N° 009-2024-JUS, publicado el 30 de agosto de 2024, se aprobó el Reglamento que establece disposiciones sobre publicación y difusión de normas jurídicas de carácter general, resoluciones y proyectos normativos, el cual tiene como finalidad garantizar una actuación efectiva y transparente de la función normativa y administrativa que desarrollan las entidades de la Administración Pública, estableciendo reglas uniformes para la publicación y difusión de normas jurídicas de carácter general y proyectos normativos, así como la difusión de los precedentes constitucionales, judiciales y administrativos, y la jurisprudencia vinculante.

De acuerdo a lo establecido en el numeral 4.10 del artículo 4 del Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 009-2024-JUS, la publicación de proyectos normativos implica la puesta en conocimiento de proyectos normativos a la ciudadanía, con el objeto de recabar sus comentarios, aportes u opiniones, garantizando el principio de transparencia y máxima divulgación, así como el principio de participación ciudadana y/o de los administrados, antes que, en ejercicio de la potestad normativa, se aprueben normas de carácter general que puedan afectar derechos, obligaciones e intereses.

Cabe señalar que, de acuerdo con lo establecido en el artículo 5 del Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 009-2024-JUS, la publicación oficial de las normas jurídicas de carácter general es esencial para su entrada en vigencia; siendo que las entidades de la Administración Pública emisoras son responsables de disponer su publicación obligatoria en los términos y condiciones establecidas en el referido Reglamento y demás normas que resulten aplicables. Asimismo, el artículo 6 del Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 009-2024-JUS dispone que la publicación oficial de las normas jurídicas de carácter general se realiza en el diario oficial El Peruano, con las excepciones previstas en la Ley.

Ahora bien, el artículo 19 del referido Reglamento dispone que, sin perjuicio de la aplicación de los mecanismos de consulta pública previstos en el Reglamento que desarrolla el Marco Institucional que rige el Proceso de Mejora de la Calidad Regulatoria y establece los Lineamientos Generales para la aplicación del Análisis de Impacto Regulatorio Ex Ante, aprobado por Decreto Supremo N° 063-2021-PCM, o norma que lo sustituya, los proyectos de normas jurídicas de carácter general deben ser publicados en las sedes digitales de las entidades de la Administración Pública a cargo de su elaboración o en otro medio, asegurando su debida difusión y fácil acceso.

Además, de acuerdo con el numeral 21.1 del artículo 21 del Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 009-2024-JUS, la publicación de un proyecto normativo se aprueba mediante resolución ministerial o resolución del titular de la entidad de la Administración Pública, la cual se publica en el diario oficial; mientras que el proyecto normativo y la exposición de motivos se publican en la sede digital de la entidad de la Administración Pública.

En ese contexto, y en virtud de lo establecido en el artículo 21 del Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 009-2024-JUS, la publicación del proyecto normativo se aprueba mediante resolución ministerial, la cual se publica en el diario oficial. Además, el proyecto de Decreto Supremo que modifica el Reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR, y su Exposición de Motivos debe ser publicado en el Portal Institucional del MINCETUR, por un periodo que no debe ser menor a quince (15) días calendario contados desde el día siguiente de su publicación, salvo disposición normativa de rango superior que establezca lo contrario, de acuerdo al literal c) del numeral 20.1 del artículo 20 del citado Reglamento.