Proyecto de Ley N° 7390/2023-CR

CONGRESO de la REPÚBLICA

Elva Edhit Julon Irigoin

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
26 MAR. 2024
RECIBIDO
Firma: Hora: 4:47pm

PROYECTO DE LEY QUE PROMUEVE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

El grupo parlamentario **Alianza Para el Progreso**, a iniciativa de la congresista de la República **Elva Edhit Julon Irigoin**, en ejercicio del derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú, y de conformidad con los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, proponen el siguiente PROYECTO DE LEY.

FÓRMULA LEGAL

LEY QUE PROMUEVE LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA DE LA INDUSTRIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 1. Objeto de la Ley
La presente ley tiene por objeto impulsar y promover la reactivación económica, la inversión responsable, el crecimiento sostenible y la competitividad de la industria de publicidad exterior.

Artículo 2. Ámbito de aplicación
2.1. La presente ley es de aplicación para todos los contribuyentes del régimen MYPE tributario y del régimen general del impuesto a la renta (IR) que desarrollen principalmente actividades de la industria de publicidad a que se refiere la División 73 — clases 7310, 7320 correspondientes a la Sección M de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4).

2.2. Asimismo, la presente ley es de aplicación para todos los contribuyentes comprendidos en el régimen laboral del REMYPE, y régimen general laboral.

Artículo 3. Definiciones
Para efectos de la presente ley, se entiende por:

a) **IIU Revisión 4**. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4), aprobada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) mediante la Resolución Jefatural 024-2010-INEI.

b) **Elementos de publicidad exterior (EPE)**. Son los anuncios o avisos publicitarios, de titularidad pública o privada, ubicados en vías públicas o en predios de propiedad privada, con estructura física o adosados a un inmueble, pintados o pegados, fijos y/o móviles, cuya área de exhibición es visible desde la vía pública, los cuales se encuentran dirigidos a un público determinado. Los cuales podrán ser luminosos (si emiten luz propia) e iluminados (si una fuente externa los ilumina).

c) **Licencia y/o Autorización**. Título habilitante para ejercer determinada actividad económica emitida por autoridad competente.

Artículo 4. Medidas para promover la inversión responsable y reactivación económica en elementos de publicidad exterior
A fin de promover y fomentar la inversión responsable, se contemplan las siguientes medidas:

1. Las licencias y/o autorizaciones para la industria de la publicidad exterior, tienen vigencia indeterminada, en la medida que se conserven las características autorizadas por la autoridad competente.
2. El plazo de atención y/o tramitación para la obtención de las licencias y/o autorizaciones antes mencionadas, será de 30 días calendario desde su presentación ante la autoridad competente.
3. Las empresas incluidas dentro del marco tributario y laboral señalado en el artículo 2; gozan del beneficio de no pago del derecho de uso de espacio público por el periodo de tres (03) años.
4. Asimismo, deben comunicar a la autoridad laboral y/o tributaria, según corresponda, sobre su condición a fin de gozar del beneficio señalado en el numeral anterior.

Artículo 5. Entidad competente para la obtención de licencias o autorizaciones
Las municipalidades distritales, así como las municipalidades provinciales, cuando les corresponda, conforme a ley, son las encargadas de evaluar las solicitudes y otorgar las licencias o autorizaciones correspondientes, así como de fiscalizar las mismas y aplicar las sanciones correspondientes.

Artículo 6.- Evaluación y requisitos para la obtención de licencias o autorizaciones de los EPE
Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, la municipalidad evalúa los expedientes presentados exigidos como requisitos de acuerdo al Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) aprobados por Ordenanza Municipal.

Artículo 7. Parámetros para la instalación de elementos de publicidad exterior
Se contempla como lineamientos para la instalación de elementos de publicidad exterior los siguientes:

1. Se encuentra prohibida la invasión de los aires de la vía pública realizada por elementos de publicidad exterior instalados en propiedad privada.
2. Se prohíbe la instalación de elementos de publicidad exterior en los módulos centrales, cruce de anillos o intercambio viales de las vías públicas; así como en las playas, laderas de los cerros de áreas urbanas, acantilados, quebradas, zonas arqueológicas, y áreas naturales protegidas.
3. El horario de encendido para los elementos de publicidad exterior luminosos y/o iluminados es entre las 07:00 horas hasta las 23:00 horas del día.
4. Los elementos de publicidad exterior instalados en separadores laterales, bermas, y/o bocacalles, no pueden invadir los aires de las calzadas de calles o avenidas.
5. Las demás zonas prohibidas para instalar elementos de publicidad exterior, así como otras condiciones técnicas, deben ser determinadas en el reglamento.

Artículo 8. Obligaciones de los titulares de los elementos de publicidad exterior
Son obligaciones de los titulares de los elementos de publicidad exterior:

a. Contar con la autorización de la entidad pública competente, previa a su instalación.
b. Cuando se modifiquen características técnicas de los Elementos de Publicidad Exterior previamente autorizados, se debe tramitar una nueva autorización.

c. Cumplir con las indicaciones establecidas por la entidad pública competente, respecto a los límites máximos permisibles de luminancia y las franjas horarias de funcionamiento de los elementos de publicidad exterior.
d. Brindar todas las facilidades que requiera el supervisor, sin que medie dilación alguna, a fin de llevar a cabo sus funciones de fiscalización ambiental.
e. Contar con un seguro de responsabilidad civil de conformidad con la regulación de la materia y del sector competente

Artículo 9. Facultad fiscalizadora y sancionadora
En el ámbito de su competencia, las municipalidades deberán realizar las labores de fiscalización de las actividades económicas con el fin de verificar el cumplimiento de las obligaciones de los titulares de las licencias de funcionamiento conforme a ley, incluyendo las obligaciones derivadas de las inspecciones técnicas de seguridad en edificaciones, pudiendo imponer las sanciones a que hubiera lugar en el caso de incumplimiento, de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley Nº 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.

DISPOSICION COMPLEMENTARIA FINAL

Única. Reglamento
El Poder Ejecutivo dictará las disposiciones reglamentarias y complementarias a la presente Ley, en un plazo no mayor de 60 días calendario, contados a partir de la fecha de su publicación en el Diario Oficial El Peruano.

Firmado digitalmente por: ACUÑA PERALTA Maria Grimaneza FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/03/2024 16:24:52-0500

Firmado digitalmente por: RUIZ RODRIGUEZ Magaly Rosmery FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/03/2024 14:36:12-0500

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA DEROGATORIA

Única. Derogatoria de la Ley Nº 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica
Se deroga la Ley Nº 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica, y se deja sin efecto toda norma que esté en concordancia con dicha ley.

Lima, 25 de marzo de 2024

Firmado digitalmente por: SALHUANA CAVIDES Eduardo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/03/2024 09:59:06-0500

Firmado digitalmente por: SALHUANA CAVIDES Eduardo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/03/2024 09:58:46-0500

Firmado digitalmente por: TRIGOZO REÁTEGUI Cheryl FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/03/2024 11:45:48-0500

Firmado digitalmente por: HEIDINGER BALLESTEROS Nelcy Lidia FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/03/2024 13:17:28-0500

Firmado digitalmente por: GARCIA CORREA Idelso Manuel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 26/03/2024 10:49:19-0500

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, **27** de **marzo** de **2024**

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición **N° 7390/2023-CR** para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de:

1. **ECONOMÍA, BANCA, FINANZAS E INTELIGENCIA FINANCIERA.**

GIOVANNI FORNO FLOREZ
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Conforme establece el artículo 194 de la Constitución Política del Perú, los gobiernos locales provinciales y distritales gozan de autonomía política, económica y administrativa en asuntos de su competencia, debiéndose tener presente que el artículo 9 de la Ley 27783, Ley de Bases de la Descentralización establece las dimensiones de las autonomías, debiéndose indicar que respecto a la autonomía política y administrativa se establece:

> *(...)*
> *9.1. Autonomía política: es la facultad de adoptar y concordar las políticas, planes y normas en los asuntos de su competencia, aprobar y expedir sus normas, decidir a través de sus órganos de gobierno y desarrollar las funciones que le son inherentes.*
>
> *9.2. Autonomía administrativa: es la facultad de organizarse internamente, determinar y reglamentar los servicios públicos de su responsabilidad.*
> *(...)*

Las citadas autonomías se materializan en los asuntos de su competencia, las cuales se encuentran señalados en el artículo 195 de la Constitución Política, debiendo precisarse que entre otras se encuentran las siguientes:

> *(...)*
> *5. Organizar, reglamentar y administrar los servicios públicos locales de su responsabilidad.*
>
> *6. Planificar el desarrollo urbano y rural de sus circunscripciones, incluyendo la zonificación, urbanismo y el acondicionamiento territorial.*
>
> *7. Fomentar la competitividad, las inversiones y el financiamiento para la ejecución de proyectos y obras de infraestructura local.*
>
> *8. Desarrollar y regular actividades y/o servicios en materia de educación, salud, vivienda, saneamiento, medio ambiente, sustentabilidad de los recursos naturales, transporte colectivo, circulación y tránsito, turismo, conservación de monumentos arqueológicos e históricos, cultura, recreación y deporte, conforme a ley.*
> *(...)*

En concordancia con los antes señalado, los gobiernos locales tienen entre sus funciones específicas exclusivas en materia de organización del espacio físico y uso del suelo contempladas en el literal 1.4.4 del artículo 79 de la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades "*Las autorizaciones para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios y propaganda política.*", siendo responsables de su fiscalización y sanción.

La importancia de la seguridad jurídica respecto de la inversión relacionada

La presente norma pretende fomentar y reactivar al sector económico de la publicidad exterior, que viene de una lenta recuperación luego de la pandemia generada por el COVID-19; para lo cual, brindar un marco de seguridad jurídica para la inversión es necesaria pues se encuentra acorde al régimen económico contemplado en nuestra Constitución Política, nuestra economía social de mercado, promueve e incentiva la inversión privada, fomenta la iniciativa privada y el consumo.

La seguridad jurídica es necesaria para toda inversión, en especial para ese sector que tiene un rol muy importante para el consumo pues se encarga de exhibir los bienes y/o servicios que se ofertan en nuestra economía.

En tal sentido, siguiendo la normativa y/o pronunciamientos del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI en materia de barreras burocráticas, vemos dos aspectos fundamentales relacionados con la industria de publicidad exterior:

a. Las licencia o autorizaciones municipales tienen carácter de indeterminado.
b. Los pagos por derecho de uso de espacios públicos han sido declarados como barreras burocráticas al no guardar proporcionalidad con el cobro.

A la fecha tenemos un régimen jurídico a cargo de las autoridades municipales que se debe seguir respetando y consolidando, otorgando un plazo indeterminado para las licencias municipales; según lo señalado en el artículo 42 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por el Decreto Supremo N° 004-2019-JUS; y el artículo 12 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, aprobado por el Decreto Supremo N° 163-2020-PCM.

Vinculación con la promoción al consumo

Dentro de nuestra economía, el consumo es un factor trascendental y primordial, en tal sentido promover el consumo en nuestra economía es el motor de la economía, promover al turismo, el consumo en centros comerciales, adquisición de bienes, adquisición de servicios, entre otros es lo que le otorga dinamismo a nuestra economía.

Tal como señala el gremio COMEXPERU: "El consumo privado es clave para fomentar el dinamismo de la economía y, con ello, aumentar el crecimiento y reactivar todos los sectores golpeados por la pandemia. Para lograr un mayor consumo, es importante que las familias cuenten con los recursos necesarios. Ello será posible con mayor generación de puestos de trabajo, los cuales se logran con más inversión pública y privada"[1].

[1] https://www.comexperu.org.pe/articulo/el-consumo-privado-crecio-un-117-en-2021-como-fomentar-su-aceleracion-en-2022#:~:text=El%20consumo%20privado%20es%20clave,cuenten%20con%20los%20recursos%20necesarios

EFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACIÓN NACIONAL

El proyecto de ley se circunscribe a emitir un nuevo marco jurídico que busca promover, impulsar y desarrollar las actividades económicas de publicidad de bienes y servicios en espacios exteriores; asimismo, misma determina la derogatoria de la Ley Nº 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica, en razón que parte de los aspectos normados se encontraran contenidos en la nueva ley.

ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

Con respecto al universo de posibles beneficiarios, la norma impactaría directamente en la industria de la publicidad exterior, cuyo propósito es la promoción masiva dirigida al público a través de elementos visuales, y los objetivos pueden ser comerciales, cívicos, culturales, políticos, institucionales o informativos, y dada su eficacia resulta efectiva para fomentar el consumo y en la promoción del turismo en el país.

En relación al impacto positivo, esta norma permitirá en primer lugar la inversión responsable en el sector, lo que propiciaría un crecimiento sostenible en el tiempo, a la vez que mejorará la competitividad de la industria, dinamizando la economía del entorno a efectos de hacer frente a las condiciones adversa del panorama económico local e internacional, la desaceleración productiva que atraviesa el Perú, agudizada por la recesión, así como las perspectivas económicas nada alentadoras, que pueden conllevar a la pérdida de empleos y al empeoramiento de la calidad de vida de la población.

En el siguiente cuadro se resumen los costos y beneficios del proyecto de ley:

Beneficiarios	Efectos Directos	Efectos Indirectos
Industria de la publicidad exterior	Fomentar la formalización de los titulares de los elementos de publicidad exterior que aún no cuentan con autorización Eliminación de las barreras que impiden y limitan el desarrollo de las actividades de publicitarias en la industria.	Mejorará la competitividad de la industria, dinamizando la economia a través del consumo de los agentes económicos.
Población	Generación de empleo que permitirá que las familias perciban ingresos para hacer frente a la crisis económica	Mejorará los indicadores de empleo, pobreza e ingreso de la población de las zonas involucradas.

País	Incentivará la demanda interna para propiciar un incremento en la demanda agregada e impactar positivamente en el crecimiento económico.	Contribuirá en la buena imagen del país a nivel internacional en cuanto a sus fortalezas y solides macroeconómica.

VINCULACIÓN CON EL ACUERDO NACIONAL Y LA AGENDA LEGISLATIVA

El presente proyecto de ley al buscar promover e impulsar el desarrollo de la actividad económica publicitaria, como medio para incentivar el consumo de bienes y servicios, se enmarca en la Décimo Octava Política el Estado del Acuerdo Nacional:

> *18. Búsqueda de la Competitividad, Productividad y Formalización de la Actividad Económica*
> *(...)*
> *Con este objetivo el Estado: (a) consolidará una administración eficiente, promotora, transparente, moderna y descentralizada; (b) garantizará un marco legal que promueva la formalización y la competitividad de la actividad económica; (c) procurará una simplificación administrativa eficaz y continua, y eliminará las barreras de acceso y salida al mercado; (d) proveerá infraestructura adecuada; (e) promoverá una mayor competencia en los mercados de bienes y servicios, financieros y de capitales; (f) propiciará una política tributaria que no grave la inversión, el empleo y las exportaciones; (g) promoverá el valor agregado de bienes y servicios e incrementará las exportaciones, especialmente las no tradicionales; (h) garantizará el acceso a la información económica; (i) fomentará la investigación, creación, adaptación y transferencia tecnológica y científica; (j) facilitará la capacitación de los cuadros gerenciales y de la fuerza laboral; y (k) construirá una cultura de competitividad y de compromiso empresarial con los objetivos nacionales.*

Dentro de este marco, el proyecto de ley se adscribe dentro de lo preceptuado en el punto 18 Búsqueda de la Competitividad, Productividad y Formalización el Actividad Económica de la Resolución Legislativa del Congreso N° 002-2023-2024-CR, que aprueba la agenda legislativa para el periodo anual de sesiones 2023-2024.