

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
Área de Trámite Documentario

31 MAYO 2024

RECIBIDO

Firma: _____ Hora: 15:49h.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la industria de publicidad exterior”.

**COMISIÓN DE ECONOMÍA, BANCA, FINANZAS E INTELIGENCIA FINANCIERA
PERIODO ANUAL DE SESIONES 2023-2024**

Señor Presidente:

Ha sido remitido para estudio y dictamen de la Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera el Proyecto de Ley 7390/2023-CR, presentado por el Grupo Parlamentario Alianza para el Progreso, a iniciativa de la Congresista Elva Edith Julón Irigoín, que propone la “Ley que otorga incentivos a la industria de publicidad exterior”.

Luego de la exposición y debate en la Séptima Sesión Extraordinaria Descentralizada de fecha 03 de mayo de 2024, se acordó por MAYORÍA la aprobación del dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la industria de publicidad exterior”; con ocho (08) votos a favor, de los señores congresistas César Manuel Revilla Villanueva, Rosangella Andrea Barbarán Reyes, Víctor Seferino Flores Ruiz, Tania Estefany Ramírez García, Elva Edith Julón Irigoín, Nieves Esmeralda Limachi Quispe, Alex Antonio Paredes Gonzales y Noelia Rossvith Herrera Medina; seis (06) votos en contra, de los señores congresistas Isabel Cortez Aguirre, Jorge Carlos Montoya Manrique, Carlos Antonio Anderson Ramírez, Elías Marcial Varas Meléndez, Jorge Luis Flores Ancachi e Ilich Fredy López Ureña; y, dos (02) votos en abstención, de los señores congresistas Germán Adolfo Tacuri Valdivia e Isaac Mita Alanoca.

I. SITUACIÓN PROCESAL DE LA PROPUESTA

El Proyecto de Ley 7390/2023-CR ingresó al Área de Trámite Documentario el 26 de marzo de 2024. Ha sido enviado a la Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera, como única comisión dictaminadora, el 27 de marzo de 2024.

II. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

El Proyecto de Ley 7390/2023-CR, tienen por objeto impulsar y promover la reactivación económica, la inversión responsable, el crecimiento sostenible y la competitividad de la industria de publicidad exterior.

III. MARCO NORMATIVO

3.1 Constitución Política del Estado.

3.2 Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

3.3 Decreto Supremo 163-2020-PCM, Texto Único Ordenado de la Ley 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento.

3.4 Ley 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica.

IV. OPINIONES SOLICITADAS

4.1 Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)

Mediante Oficio 1765-2023-2024-CMRV-CEBFIF-CR de fecha 30 de abril de 2024; se solicitó opinión a la Presidencia del Consejo de Ministros - PCM sobre el Proyecto de Ley 7390/2023-CR.

4.2 Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

Mediante Oficio 1764-2023-2024-CMRV-CEBFIF-CR de fecha 30 de abril de 2024; se solicitó opinión al Ministerio de Economía y Finanzas sobre el Proyecto de Ley 7390/2023-CR.

4.3 Sociedad Nacional de Industrias

Mediante Oficio 1766-2023-2024-CMRV-CEBFIF-CR de fecha 30 de abril de 2024; se solicitó opinión a la Sociedad Nacional de Industrias sobre el Proyecto de Ley 7390/2023-CR.

4.4 Ministerio de Relaciones Exteriores

Mediante Oficio 1767-2023-2024-CMRV-CEBFIF-CR de fecha 30 de abril de 2024; se solicitó opinión al Ministerio de Relaciones Exteriores sobre el Proyecto de Ley 7390/2023-CR.

V. OPINIONES RECIBIDAS

5.1 Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)

A la fecha no se ha recibido la opinión correspondiente al Proyecto de Ley 7390/2023-CR, solicitada mediante Oficio 1765-2023-2024-CMRV-CEBFIF-CR.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior”.

5.2 Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)

A la fecha no se ha recibido la opinión correspondiente al Proyecto de Ley 7390/2023-CR, solicitada mediante Oficio 1764-2023-2024-CMRV-CEBFIF-CR.

5.3 Sociedad Nacional de Industrias

A la fecha no se ha recibido la opinión correspondiente al Proyecto de Ley 7390/2023-CR, solicitada mediante Oficio 1766-2023-2024-CMRV-CEBFIF-CR.

5.3 Ministerio de Relaciones Exteriores

A la fecha no se ha recibido la opinión correspondiente al Proyecto de Ley 7390/2023-CR, solicitada mediante Oficio 1767-2023-2024-CMRV-CEBFIF-CR.

VI. ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

6.1 Importancia de la publicidad exterior

La actividad publicitaria es una de las manifestaciones de las libertades de empresa e iniciativa privada, las cuales reconocen el derecho de toda persona a dedicarse a la actividad económica de su preferencia y a desarrollarla sin mayores restricciones que las establecidas en las disposiciones legales respectivas.

A través de la publicidad, las empresas no solo logran posicionarse en el mercado y distinguirse de sus competidores, sino que se brinda a los consumidores información relevante sobre las características del producto o servicio, necesarias para la toma de decisiones de consumo. A su vez, la publicidad puede desarrollarse a través de distintos medios de comunicación (prensa escrita, radial, televisiva, virtual o mediante soportes físicos e infraestructuras publicitarias).

Nuestro sistema legal prohíbe que la publicidad -en cualquiera de sus manifestaciones- se encuentre sujeta a algún tipo de validación o autorización previa por parte de alguna autoridad del Estado, en el entendido que su contenido debe ser producto de la libertad expresión y libre iniciativa privada del empresario, por lo que solo es permitido el control posterior a través de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal del Indecopi.

Si bien la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades asigna a los gobiernos locales la función de regular y autorizar la ubicación de avisos publicitarios, esta competencia municipal se vincula específicamente a la organización del espacio físico y uso del suelo

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

del distrito. En ese sentido, la exigencia de autorizaciones por la ubicación de publicidad exterior se refiere únicamente a la posibilidad de que la autoridad municipal evalúe la conveniencia de la infraestructura publicitaria dentro de un espacio determinado del distrito, sin que ello implique en modo alguno la verificación del contenido o mensaje publicitario.

No obstante lo señalado, la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas del Indecopi ha podido verificar que algunas regulaciones municipales en materia de ubicación de anuncios exceden la competencia prevista en el marco legal vigente y establecen, en consecuencia, barreras burocráticas ilegales y/o carentes de razonabilidad.

A diferencia de otro tipo de autorizaciones municipales (como las licencias de funcionamiento y de edificación), el procedimiento para autorizar la ubicación de avisos publicitarios no cuenta con una disposición legal de alcance nacional que establezca un procedimiento y requisitos únicos. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que existen una serie de leyes que permiten establecer límites a la actuación municipal en esta materia, así como el reconocimiento de derechos para los administrados que tramitan este procedimiento.

A continuación, con la intención de representar la relevancia de la publicidad exterior según el estudio de CPI Research¹. Dicho estudio se realizó en un universo de 21'954,300 personas, el cual se distribuye a nivel nacional de la siguiente manera:

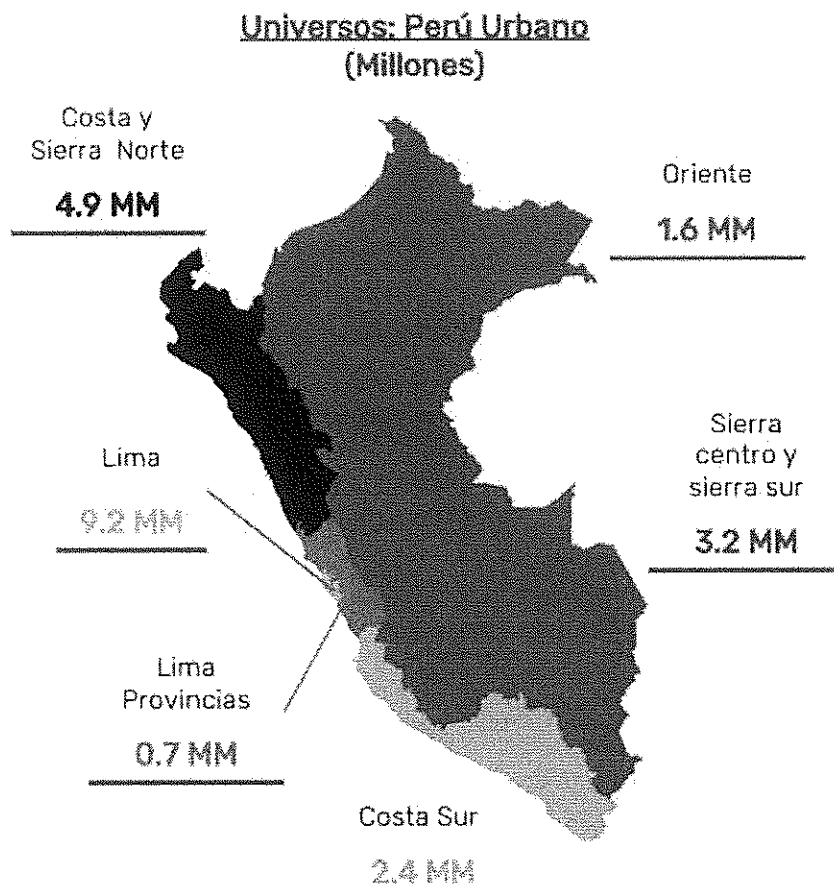
¹ Recuperado de: https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/MARKET%20REPORT_20230418.pdf



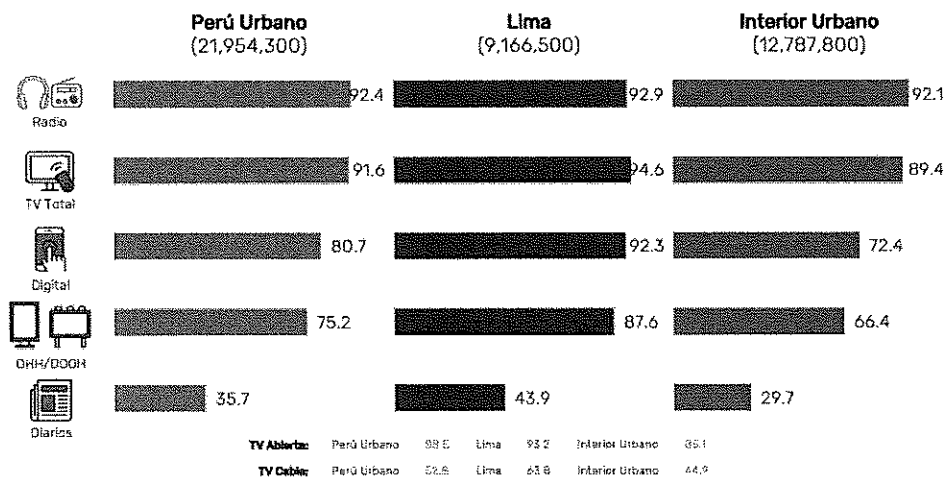
COMISIÓN DE ECONOMÍA, BANCA, FINANZAS E INTELIGENCIA FINANCIERA

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

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la industria de publicidad exterior".



Ahora bien, se analizará la penetración de cada tipo de medio publicitario:



Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

En este contexto, la publicidad exterior (señalada en la imagen como OHH/DOHH) posee un alcance nacional de 75%: 88% en Lima y 66% en el interior. Como puede verse, es una industria muy importante para dinamizar la economía por lo que resulta coherente establecer un marco que aporte seguridad jurídica.

6.2 Regulación de la publicidad exterior

La regulación de la publicidad exterior está comprendida en 2 normas: la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades y la Ley 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica.

Al respecto, el artículo 79 de la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, señala lo siguiente:

"ARTÍCULO 79.- ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO Y USO DEL SUELO

Las municipalidades, en materia de organización del espacio físico y uso del suelo, ejercen las siguientes funciones:

1. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades provinciales:

[...]

1.4. Aprobar la regulación provincial respecto del otorgamiento de licencias y las labores de control y fiscalización, así como del saneamiento de la propiedad predial, de cumplimiento de las municipalidades distritales, en las materias reguladas por los planes antes mencionados, de acuerdo con las normas técnicas de la materia, sobre:"

[...]

1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios y avisos publicitarios y propaganda política.

[...]

3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales:

[...]

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior”.

3.6. Normar, regular y otorgar autorizaciones, derechos y licencias, y realizar la fiscalización de:

[...]

3.6.3. Ubicación de avisos publicitarios y propaganda política.

[...]”

Como puede verse, tanto las municipalidades provinciales y distritales tienen competencia regulatoria respecto de la publicidad exterior; siendo la competencia preponderante de la provinciales.

Asimismo, existe la regulación prevista en la Ley 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica; la cual si bien ha sido promulgada 27 de julio de 2021, se encuentra en un periodo de *vacatio legis* hasta la emisión del reglamento correspondiente, el mismo que no ha sido emitido a la fecha. Dicha norma otorga competencia regulatoria y fiscalizadora a entidades distintas a las municipalidades.

6.3 Reglas a tomar en cuenta para la regulación de la publicidad exterior

Ahora bien, de cara a la regulación en materia de publicidad exterior y su aplicación, la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas del Indecopi emitió los Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas en materia de anuncios publicitarios, a través de la Resolución 0050-2024/CEB-INDECOPI. En dicha resolución se establecen los siguientes parámetros:

- a) Las autorizaciones no deben estar sujetas a periodos de renovación o plazo determinado:
- b) No puede imponerse cobros por el transcurso del tiempo de la autorización:
- c) Los derechos de trámite no pueden establecerse en función a la cantidad de caras de un anuncio publicitario:
- d) No pueden imponerse cobros que superen la Unidad Impositiva Tributaria (UIT):
- e) No pueden imponerse cobros por la fiscalización de infraestructura publicitaria:
- f) Las regulaciones que emitan las municipalidades distritales en materia de ubicación de anuncios deben establecerse en función a la regulación provincial:
- g) Los requisitos, prohibiciones y exigencias que se imponen para la autorización por ubicación de anuncios no pueden estar vinculados al contenido del anuncio:
- h) No puede exigirse una autorización para la instalación de anuncios publicitarios en unidades móviles:

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior”.

- i) El plazo del procedimiento no puede exceder de los 30 días y debe estar sujeto al silencio administrativo positivo:
- j) El procedimiento debe cumplir con las formalidades legales:
- k) Los requisitos que se exijan deben de ser razonablemente indispensables:
- l) No se puede requerir la documentación e información prohibida de solicitar detallada en el TUO de la Ley N° 27444 y en el Decreto Legislativo N° 1246:

De lo anterior se desprende que las autorizaciones y la fiscalización municipal respecto a la publicidad exterior deben cumplir ciertos parámetros para evitar convertirse en una barrera burocrática.

6.4 Sobre la ubicación de la publicidad exterior

Debe tenerse en cuenta que las estructuras publicitarias son colocadas no solo en bienes de dominio privado (techos, paredes o azoteas de inmuebles) sino además en espacios de dominio público.

En el primero de los casos, no solo se requiere una autorización municipal para determinar si es que se afectan normas sobre organización del espacio físico del distrito, sino además la aprobación del propietario del bien (aspecto que no le corresponde ser evaluado por la municipalidad). En el segundo caso (bienes de dominio público), de igual forma, no solo se requiere una autorización por “ubicación”, sino además una autorización que conceda la posibilidad de utilizar dominio público. Estas dos autorizaciones poseen naturalezas distintas y, por lo tanto, diferentes restricciones.

Por tanto, si bien las autorizaciones por la “ubicación” de anuncios no se encuentran sujetas a una vigencia, la autorización por el uso de un espacio público puede tener restricciones temporales en el entendido que se trata de un bien de dominio público y cuyo uso origina un costo de oportunidad para otro usuario que desee utilizar el mismo bien, respecto del cual el Estado -a través de la municipalidad- posee plenas atribuciones para administrar.

Asimismo, cada tipo de autorización (por “ubicación” y “uso de bien público”) puede estar sujeta a un distinto tipo de tributo. En el caso del primer tipo de autorización, las leyes tributarias permiten que se exija un “derecho de trámite”, mientras que, en el segundo tipo de autorización, lo que se puede cobrar es una tasa por “aprovechamiento de bien público”. Debe tenerse en cuenta que ambos tipos de tasa se encuentran sujetas al límite de no financiar actividades distintas a las vinculadas al servicio prestado, de conformidad con el Código Tributario.

En cuanto a la tasa por derecho de uso de un bien de dominio público en donde se instalará la infraestructura publicitaria, si bien las municipalidades pueden exigir su pago

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

por el aprovechamiento de dicho bien, la metodología que utilicen para determinar el monto que corresponde pagar deberá guardar relación y tener correlato en el servicio público individualizado en el contribuyente conforme lo exige la Norma II del Código Tributario y el artículo 70 del Texto Único Ordenado de la Ley de Tributación Municipal.

De ese modo, si una municipalidad estableciera que el monto a pagar por concepto de derecho de uso del bien de dominio público se determina en función a un porcentaje de la UIT que variará según el tipo de elemento de publicidad exterior, deberá existir una relación entre el porcentaje de la UIT designado a cada tipo de elemento publicitario y el servicio público individualizado en el contribuyente, así como el rendimiento del tributo deberá estar destinado exclusivamente al financiamiento del servicio. En caso de no existir dicha relación, se estará ante una barrera burocrática ilegal.

6.5 Sobre el proyecto de ley

La presente propuesta tiene por objeto impulsar y promover la reactivación económica, la inversión responsable, el crecimiento sostenible y la competitividad de la industria de publicidad exterior. En este punto, corresponde recordar que la Ley 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica; se encuentra en un periodo de *vacatio legis* hasta la emisión del reglamento correspondiente, sin que dicho reglamento haya sido publicado.

La situación de una norma cuyo cumplimiento no es exigible causa inseguridad jurídica en la industria de publicidad exterior. Por ello, con la intención de generar seguridad jurídica en las inversiones dentro de esta industria que se ha visto afectada por la pandemia; la norma bajo análisis, toma en cuenta los Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas del Indecopi.

En este sentido, establece que las licencias deben ser de plazo indeterminado en virtud de lo dispuesto en el artículo 2 del Texto Único Ordenado de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, el cual señala que los actos administrativos que reconocen la obtención de una autorización de anuncios no pueden estar sujetos a plazo salvo que exista una ley que expresamente permita ello.

En la misma línea, el artículo 42 de la referida norma establece que los títulos habilitantes, como las autorizaciones para la instalación de anuncios tienen vigencia indeterminada, salvo que mediante ley o decreto legislativo se señale un plazo determinado de vigencia o, excepcionalmente, mediante decreto supremo que cuente con el debido sustento para establecer una vigencia determinada. Lo señalado implica que las autorizaciones, por regla general, no pueden tener una vigencia o plazo en el reconocimiento de derechos en favor de quien la solicita.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior”.

En el caso específico de las autorizaciones por ubicación de anuncios esta regla tiene relación, además, con la finalidad del procedimiento (organización del espacio físico) ya que no resulta razonable que el anuncio deba ser sujeto a verificación si es que las condiciones físicas no han sufrido variación.

Como se señaló oportunamente, de acuerdo a lo señalado oportunamente, el cobro de tasas por el uso de espacio público en la colocación de publicidad exterior podría implicar un costo importante para esta industria por lo que se propone suspender su cobro por tres años.

En este orden de ideas, los artículos 53 y 54 del TUO de la Ley 27444 establecen que los cobros que se efectúan por la tramitación de un procedimiento administrativo (denominados “derechos de tramitación”) deben estar fijados en función al costo derivado de las actividades dirigidas a analizar lo solicitado.

Ahora bien, en el caso de la autorización por anuncios, el cobro que realiza la municipalidad debe limitarse al costo generado por evaluar la ubicación del aviso al momento de presentarse la respectiva solicitud. Por lo tanto, la exigencia de pagar derechos de trámite de manera periódica -por el solo transcurso del tiempo en la instalación del anuncio- no reporta ningún tipo de servicio administrativo que merezca la realización de un nuevo pago; por lo que la suspensión del pago resulta razonable.

Ahora bien, Ley 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica difumina la competencia municipales de regulación, fiscalización y sanción a favor de distintas instituciones como el Ministerio del Ambiente, el Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental – OEFA, y el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, a saber:

“Artículo 6. Función normativa en materia de elementos de publicidad exterior

6.1. Funciones del Ministerio del Ambiente

El Ministerio del Ambiente tiene a su cargo las siguientes funciones:

- a. Elaborar, desarrollar y aprobar los límites máximos de luminancia para los elementos de publicidad exterior, en coordinación con el Ministerio de Energía y Minas.
- b. Desarrollar el protocolo de monitoreo de luminancia para los elementos de publicidad exterior.
- c. Establecer el procedimiento para la valorización y/o disposición de residuos sólidos generados por los titulares de los elementos de publicidad exterior.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior”.

d. Aprobar lineamientos dirigidos a las entidades de la administración pública para la adquisición, implementación y uso de fuentes que generen contaminación lumínica.

e. Sistematizar y publicar en el Sistema Nacional de Información Ambiental (SINIA) la relación de elementos de publicidad exterior. En este registro se deberá indicar, como mínimo, la ubicación, el número de autorización, su tamaño en metros cuadrados y el tipo de elemento de publicidad exterior, es decir, si es luminoso o iluminado. El Ministerio del Ambiente aprobará un formato que deberán emplear las entidades para remitir esta información de forma anual.

6.2. Funciones del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA)

El Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (OEFA) realizará de manera periódica, y en base a criterios de priorización, monitoreos aleatorios a los elementos de publicidad exterior para verificar el cumplimiento de los límites máximos permisibles de luminancia. En caso advierta la superación de dichos límites, comunicará de este hecho a la entidad de fiscalización ambiental (EFA) competente para que realice las acciones de fiscalización necesarias o imponga las medidas administrativas y/o sanciones que correspondan.

6.3. Funciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones tiene a su cargo las siguientes funciones:

- a. Sistematizar e incorporar, en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), los requisitos para el otorgamiento de autorizaciones, los mismos que deberán ser establecidos en el reglamento de la presente ley.
- b. Autorizar la instalación de los elementos de publicidad exterior, en el derecho de vía de las rutas nacionales, teniendo en cuenta la composición del entorno existente, el ornato, los parámetros de seguridad vial, así como el cuidado del ambiente, el paisaje, la salud y calidad de vida de las personas y de la fauna silvestre, de acuerdo a lo señalado en la presente ley y su reglamento.
- c. Denegar y/o restringir la instalación de los elementos de publicidad exterior en determinadas zonas, de manera sustentada, en función al riesgo a la salud humana y fauna silvestre como efecto de la contaminación lumínica y visual, así como también la seguridad vial.
- d. Realizar un inventario de las ubicaciones y número de lugares específicos donde no se permitirá la instalación de los elementos de publicidad exterior, a fin de preservar la seguridad vial y la calidad de vida humana, fauna silvestre y/o paisajística.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

e. Sistematizar las autorizaciones otorgadas para la instalación de los elementos de publicidad exterior. Esta información será de acceso público y estará compuesto por los elementos de publicidad exterior autorizados, en el área de derecho de vía. Como máximo, hasta el último día hábil de enero, remite al Ministerio del Ambiente las autorizaciones otorgadas durante el año anterior, para su difusión.

6.4. Funciones de los gobiernos regionales

Los gobiernos regionales tienen a su cargo las siguientes funciones:

- a. Sistematizar, en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), los requisitos para el otorgamiento de autorizaciones, los mismos que deberán ser establecidos en el reglamento de la presente ley.
- b. Autorizar la instalación de los elementos de publicidad exterior, en las vías departamentales o regionales, teniendo en cuenta la composición del entorno existente, el ornato, los parámetros de seguridad vial, así como el cuidado del ambiente, el paisaje, la salud y calidad de vida de las personas y de la fauna silvestre.
- c. Denegar y/o restringir la instalación de los elementos de publicidad exterior en determinadas zonas, de manera sustentada, en función al riesgo de salud humana y silvestre como efecto de la contaminación lumínica y visual, así como también la seguridad vial.
- d. Realizar un inventario de las ubicaciones y número de lugares específicos donde no se permitirá la instalación de los nuevos elementos de publicidad exterior, a fin de preservar la seguridad vial y la calidad de vida humana, fauna silvestre y/o paisajística.
- e. Sistematizar las autorizaciones otorgadas para la instalación de los elementos de publicidad exterior. Esta información será de acceso público. Como máximo, hasta el último día hábil de enero, remite al Ministerio del Ambiente las autorizaciones otorgadas durante el año anterior, para su difusión.

6.5. Funciones de las municipalidades provinciales

Las municipalidades provinciales tienen a su cargo las siguientes funciones:

- a. Sistematizar, en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), los requisitos para el otorgamiento de autorizaciones, los mismos que deberán ser establecidos en el reglamento de la presente ley.
- b. Autorizar la instalación de los elementos de publicidad exterior, en el distrito de Cercado o en las vías metropolitanas, teniendo en cuenta la composición del entorno existente, el ornato, los parámetros de seguridad vial, así como el cuidado

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

del ambiente, el paisaje, la salud y calidad de vida de las personas y de la fauna silvestre.

c. Denegar y/o restringir la instalación de los elementos de publicidad exterior en determinadas zonas, de manera sustentada, en función al riesgo de salud humana y silvestre como efecto de la contaminación lumínica y visual, así como también la seguridad vial.

d. Realizar un inventario de las ubicaciones y número de lugares específicos donde no se permitirá la instalación de los nuevos elementos de publicidad exterior, a fin de preservar la seguridad vial y la calidad de vida humana, fauna silvestre y/o paisajística.

e. Sistematizar las autorizaciones otorgadas para la instalación de los elementos de publicidad exterior. Esta información será de acceso público. Como máximo, hasta el último día hábil de enero, deberá remitir al Ministerio del Ambiente las autorizaciones otorgadas durante el año anterior, para su difusión.

f. Implementar, en coordinación con las municipalidades distritales, los planes de prevención y control de la contaminación lumínica en su ámbito.

g. Elaborar, establecer y aplicar la escala de sanciones para las actividades reguladas bajo su competencia que no se adecúen a la presente ley.

6.6. Funciones de las municipalidades distritales

Las municipalidades distritales tienen a su cargo las siguientes funciones:

a. Sistematizar, en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), los requisitos para el otorgamiento de autorizaciones, los mismos que deberán ser establecidos en el reglamento de la presente ley.

b. Autorizar la instalación de los elementos de publicidad exterior, en las vías locales y rurales, teniendo en cuenta la composición del entorno existente, el ornato, los parámetros de seguridad vial, así como el cuidado del ambiente, el paisaje, la salud y calidad de vida de las personas y de la fauna silvestre.

c. Denegar y/o restringir la instalación de los elementos de publicidad exterior en determinadas zonas, de manera sustentada, en función al riesgo de salud humana y silvestre como efecto de la contaminación lumínica y visual, así como también la seguridad vial.

d. Realizar un inventario de las ubicaciones y número de lugares específicos donde no se permitirá la instalación de los nuevos elementos de publicidad exterior, a fin de preservar la seguridad vial y la calidad de vida humana, fauna silvestre y/o paisajística.

e. Sistematizar las autorizaciones otorgadas para la instalación de los elementos de publicidad exterior. Esta información es de carácter público. Como máximo, hasta el último día hábil de enero, remite al Ministerio del Ambiente las autorizaciones otorgadas durante el año anterior, para su difusión.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

- f. Elaborar e implementar, en coordinación con las municipalidades provinciales, los planes de prevención y control de la contaminación lumínica en su ámbito.
- g. Elaborar, establecer y aplicar la escala de sanciones para las actividades reguladas bajo su competencia en el marco establecido por la municipalidad provincial correspondiente.

[...]

Artículo 8. Función de monitoreo, fiscalización y sanción

8.1. Las siguientes entidades, dentro del marco de sus competencias, ejercen las funciones de fiscalización y sanción a fin de asegurar el cumplimiento de la presente ley, su reglamento y cualquier otra norma relacionada a los elementos de publicidad exterior:

- a. El Ministerio de Transportes y Comunicaciones fiscaliza las obligaciones establecidas en el artículo 7 de la presente Ley, ubicados dentro del área de derecho de vía de las rutas nacionales.
- b. Los gobiernos regionales y locales fiscalizan las obligaciones establecidas en el artículo 7 de la presente ley, dentro de su jurisdicción.

8.2. El Ministerio de Transportes y Comunicaciones y los gobiernos regionales y locales, mediante la suscripción de convenios de cooperación, pueden requerir la colaboración de otras entidades públicas, universidades o instituciones de la sociedad civil que cuenten con luminancímetros debidamente calibrados, para el préstamo de estos equipos o para la realización de acciones de monitoreo a fin de medir los niveles de luminancia de los elementos de publicidad exterior."

Sin embargo, la presente norma busca que las municipalidades sean los agentes catalizadores de toda la actividad reguladora, fiscalizadora y sancionadora de esta industria, sin perjuicio de las competencias propias de las instituciones antes mencionadas.

Por todo lo anterior, corresponde acoger la propuesta presentada.

VII. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

La presente propuesta normativa no irrogará gasto al erario, por el contrario, permitirá dinamizar la industria de publicidad exterior, tomando en cuenta que se generarán trabajos, promoción de productos y servicios y, además, reditúa beneficios para las

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

familias, pues los elementos de publicidad exterior son colocados en los aires de las viviendas de las familias, hecho que les reporta un beneficio económico.

VIII. CONCLUSIÓN

Por las consideraciones expuestas, la Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera recomienda, de conformidad con lo establecido en el literal b) del artículo 70 del Reglamento del Congreso de la República, la **APROBACIÓN** del Proyecto de Ley 7390/2023-CR, con el siguiente TEXTO SUSTITUTORIO:

LEY QUE OTORGA INCENTIVOS A LA INDUSTRIA DE PUBLICIDAD EXTERIOR

Artículo 1. Objeto de la Ley

El objeto de la presente ley es promover la reactivación económica, la inversión responsable, el crecimiento sostenible y la competitividad de la industria de publicidad exterior.

Artículo 2. Ámbito de aplicación de la Ley

La presente ley se aplica a 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 las que se refiere la división 73, clase 7310, correspondiente a la sección M de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU Revisión 4).

Artículo 3. Definiciones

Para efectos de la presente ley, se consideran las siguientes definiciones:

- a) 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 o móviles, cuya área de exhibición es visible desde la vía pública, los cuales se encuentran dirigidos a un público determinado. Los EPE son luminosos (si emiten luz propia) e iluminados (si una fuente externa los ilumina).
- b) Licencia o autorización. Título habilitante para ejercer determinada actividad económica emitida por autoridad competente.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior”.

Artículo 4. Medidas para promover la inversión responsable en EPE

A fin de promover y fomentar la inversión responsable en EPE, se establecen las siguientes medidas:

- a) La licencia o autorización para la industria de la publicidad exterior tiene vigencia indeterminada, en la medida que se conserven las características autorizadas, según la normativa de las municipalidades distritales o de las municipalidades provinciales.
- b) El plazo de atención de las solicitudes de licencia o autorización es de treinta días calendario contados desde su presentación ante la autoridad competente.
- c) La empresa beneficiada por la presente ley goza del beneficio de no pago de derecho de uso de espacio público por el periodo de tres años.

Artículo 5. Evaluación de solicitud y expediente para el otorgamiento de licencia o autorización de los EPE

Para el otorgamiento de la licencia o autorización de funcionamiento de los EPE, la municipalidad distrital o la municipalidad provincial, cuando le corresponda conforme a ley, evalúa la solicitud y el expediente presentados de acuerdo con su Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA), luego de los cual, otorga la licencia o autorización.

Artículo 6. Parámetros para la instalación de los EPE

6.1. Se establecen los siguientes parámetros para la instalación de los EPE:

- a) Se prohíbe la invasión de los aires de la vía pública por elementos de publicidad exterior instalados en propiedad privada.
- b) Se prohíbe la instalación de elementos de publicidad exterior en los módulos centrales, cruce de anillos viales o intercambios 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.
- c) El horario de encendido para los elementos de publicidad exterior luminosos o iluminados es desde las 07:00 horas hasta las 23:00 horas del día.
- d) Los elementos de publicidad exterior instalados en separadores laterales, bermas o bocacalles no pueden invadir los aires de las calzadas de calles o avenidas.

6.2. Las demás zonas prohibidas para instalar elementos de publicidad exterior, así como otras condiciones técnicas, se determinan en el reglamento de la presente ley.

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

Artículo 7. Obligaciones de los titulares de los EPE

Son obligaciones de los titulares de los EPE las siguientes:

- a) Contar con la autorización de la entidad pública competente, previa a su instalación.
- b) Tramitar una nueva autorización cuando se modifiquen características técnicas de los EPE, previamente autorizadas.
- c) Cumplir con las indicaciones establecidas por la entidad pública competente, respecto de 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, a fin de que pueda 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 8. Facultad fiscalizadora y sancionadora

En el ámbito de su competencia, la municipalidad correspondiente realiza las labores de fiscalización de las actividades económicas con el fin de verificar el cumplimiento de las obligaciones del titular de la licencia o autorización de funcionamiento conforme a ley, incluyendo las obligaciones derivadas de las inspecciones técnicas de seguridad en edificaciones. La municipalidad correspondiente puede imponer las sanciones a que hubiera lugar en el caso de incumplimiento, de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

ÚNICA. Reglamentación

El Poder Ejecutivo aprobará el reglamento la presente ley en un plazo no mayor de sesenta días calendario contados a partir de su entrada en vigor.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA DEROGATORIA

ÚNICA. Derogación de la Ley 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica

Se deroga la Ley 31316, Ley de Prevención y Control de la Contaminación Lumínica.

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

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".

Salvo mejor parecer.
Dese cuenta.
Sala de la Comisión.



Firmado digitalmente por:
HERRERA MEDINA Noelia
Rossyth FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 28/05/2024 11:54:07-0500

Lima, 3 de mayo de 2024



Firmado digitalmente por:
RAMIREZ GARCIA Tania
Estefany FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 28/05/2024 15:50:56-0500



Firmado digitalmente por:
REVILLA VILLANUEVA Cesar
Manuel FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 27/05/2024 16:36:00-0500



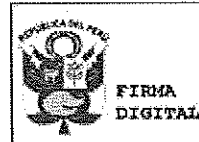
Firmado digitalmente por:
CAVERO ALVA Alejandro
Enrique FAU 20161740126 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 28/05/2024 09:28:38-0500



Firmado digitalmente por:
FLORES RUIZ Victor
Seferino FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 28/05/2024 09:17:13-0500



Firmado digitalmente por:
PAREDES GONZALES Alex
Antonio FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 28/05/2024 08:53:46-0500



Firmado digitalmente por:
BARBARAN REYES Rosangella
Andrea FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 28/05/2024 08:42:05-0500



Firmado digitalmente por:
LIMACHI QUISPE Nieves
Esmeralda FAU 20161740126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 28/05/2024 12:36:04-0500

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

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".



Firmado digitalmente por:
JULON IRIGOIN Eva Edhit
FAU 20181749128 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 28/05/2024 08:50:24-0500

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

Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".



**COMISIÓN DE ECONOMÍA, BANCA, FINANZAS E
INTELIGENCIA FINANCIERA**

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

**Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-
CR, que propone la "Ley que otorga incentivos a la
industria de publicidad exterior".**

MP interno

De: Notificacion Sistemas
Enviado el: martes, 28 de mayo de 2024 15:56
Para: Lorena Carla Zambrano Azaña; MP interno
Asunto: Mensaje Usuario Interno - Dictámenes
Datos adjuntos: 86eaa9e5d2ab482079a605cd56dc364d.pdf

[Solicitante]: lizambranoa@congreso.gob.pe

[Asunto]: Mensaje Usuario Interno - Dictámenes

[Mensaje]: se adjunta Dictamen recaído en el Proyecto de Ley 7390/2023-CR, que propone la “Ley que otorga incentivos a la industria de publicidad exterior”. Se indica que la votación aparece en la primera página del dictamen y que se pidió la dispensa del trámite de aprobación del acta para ejecutar los acuerdos tomados.

[Fecha]: 2024-05-28 15:55:54

[IP]: 192.168.10.219

Su mensaje ha sido recibido.

Por favor, **NO responda a este mensaje**, es un envío automático de una cuenta no supervisada.