PL 5434/2022-CR

-ECONOMÍA, BANCA, FINANZAS e..

CONGRESO DE LA REPÚBLICA
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
11 ENE 2024
RECIBIDO
Firma: Hora: 4:33pm

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año del Bicentenario, de la consolidación de la Independencia, y de la conmemoración de la heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

OFICIO Nº 013 -2024-PR

Lima, 11 de enero de 2024

Señor
ALEJANDRO SOTO REYES
Presidente del Congreso de la República
Presente. -

Tenemos el agrado de dirigirnos a usted, con relación a la Autógrafa Ley que modifica el Decreto Legislativo 943, Ley del Registro Único de Contribuyentes, para establecer el correcto funcionamiento de la publicidad digital. Al respecto consideramos conveniente observarla por lo siguiente[1]:

De la Autógrafa de Ley

1. El artículo único de la Autógrafa plantea modificar el párrafo segundo del artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943, Ley del Registro Único de Contribuyentes, modificado por el Decreto Legislativo N° 1524, como se detalla en el cuadro siguiente, donde lo subrayado en la columna izquierda, que corresponde a la norma vigente constituye lo que la Autógrafa elimina:

Texto vigente del Decreto Legislativo N° 943, modificado por el Decreto Legislativo N° 1524[2]	**Texto propuesto por el artículo único de la Autógrafa**
"Artículo 3.- DEL NÚMERO DE RUC El número de inscripción en el RUC será de carácter permanente y uso obligatorio en cualquier documento que presenten o actuación que realicen ante la SUNAT. El mencionado número también debe ser: a) Comunicado a las Entidades de la Administración Pública, Empresas del Sistema Financiero, Notarios y demás sujetos comprendidos en el artículo 4. <u>b) Consignado en toda la documentación mediante la cual se oferten bienes y/o servicios, incluidos aquellos casos en que la oferta se realice utilizando plataformas digitales de comercio electrónico, redes sociales, páginas web, correos publicitarios, aplicaciones móviles, entre otros.</u> <u>El número de RUC debe figurar acompañado del nombre o denominación o razón social del sujeto publicitado.</u>"	"Artículo 3.- DEL NÚMERO DE RUC (...) El mencionado número también deberá ser comunicado a las entidades de la administración pública, empresas del sistema financiero, notarios y demás sujetos comprendidos en el artículo 4."

1 Sobre la base del Informe N° 0001-2023-EF/61 02.
2 Publicado el 18.02.2022. Vigente a partir del 01.07.2023.

Observaciones a la Autógrafa de Ley

2. Al respecto, debemos señalar lo siguiente:

Sobre las consideraciones de orden tributario para la consignación del RUC prevista en el artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943

Tal como se indica en la Exposición de Motivos del Decreto Legislativo N° 943[3], la exigencia del uso masivo y publicidad del RUC tiene como objetivo reducir la brecha de inscripción en tal registro. Además, ello permite la identificación tributaria y la ubicación de las personas que se encuentren en capacidad de generar hechos imponibles. Asimismo, se puede afirmar que la inscripción en el RUC es una herramienta, que, junto a otros mecanismos, permite a la SUNAT realizar un adecuado seguimiento de las operaciones económicas de los contribuyentes, siempre y cuando se utilice el número de RUC en las entidades tanto públicas como privadas.

La exigencia de publicitar el número de RUC, conlleva implícita la de obligar a la inscripción en el RUC a aquellos que debiendo estar inscritos[4] no cumplen con dicha obligación. Y es que el Registro de Contribuyentes "se constituye como un instrumento de control que tiene por función administrar la información de los ciudadanos "con trascendencia tributaria" con fines impositivos, bajo un identificador único y mandatorio", resultando necesario que la información contenida en dicho registro sea de calidad, completa y veraz.[5]

Sin embargo, desde la dación del Decreto Legislativo N° 943 del año 2003, la forma de realizar las actividades económicas ha evolucionado, surgiendo la oferta de bienes y servicios por medio del uso de la internet, lo que ha generado que la SUNAT tenga mayores dificultades para detectar tales operaciones y sus respectivos agentes económicos.

A mayor detalle, la situación que ocasionó la dación del Decreto Legislativo N° 1524 consiste en que la SUNAT al obtener información de las plataformas digitales encuentran que los ofertantes de bienes y servicios principalmente se identifican con el número de celular, lo cual resulta insuficiente para identificar a los contribuyentes, debido a las políticas de reserva de la información de las operadoras de telefonía. Por lo cual la Administración Tributaria pierde información que resulta valiosa para el desarrollo de sus funciones.

---

3 Publicado el 20.12.2003.

4 Conforme al artículo 2 del Decreto Legislativo N° 943, se encuentran obligados a inscribirse: a) Sean contribuyentes y/o responsables de tributos administrados por la SUNAT, conforme a las leyes vigentes; b) Que sin tener la condición de contribuyentes y/o responsables de tributos administrados por la SUNAT, tengan derecho a la devolución de impuestos a cargo de esta entidad; c) Que se acojan a los Regímenes Aduaneros o a los Destinos Aduaneros Especiales o de Excepción previstos en la Ley General de Aduanas; y d) Que por los actos u operaciones que realicen; por el tipo, cantidad o valor de los bienes de su propiedad; o por el tipo o valor de los servicios que consumen, la SUNAT considere necesaria su incorporación al registro.

5 Egüez P., Hernán. El inicio del ciclo fiscal: Registro de Contribuyentes. Recuperado en: https://www.ciat.org/el-inicio-del-ciclo-fiscal-registro-de-contribuyentes/

En atención a lo anterior y en un esquema de control que se está trasladando hacia la virtualidad de las operaciones, la SUNAT requiere que los ofertantes en las plataformas que tienen la obligación de inscribirse en el RUC hagan público dicho número de registro, con lo cual se facilitará el cruce de información respectivo para las gestiones de control y/o fiscalización de la SUNAT[6].

En el ámbito de las operaciones presenciales, tenemos que los contribuyentes del Nuevo RUS[7] deben publicar su ficha RUC en su establecimiento. Por tanto, al evidenciarse que en la actualidad la comercialización de bienes y servicios está migrando hacia el mundo virtual, a través de plataformas digitales y comercio electrónico, redes sociales, páginas web, correos electrónicos publicitarios, etc., resulta lógico trasladar tal obligación a este nuevo escenario.

Se busca que el proveedor además de publicar su nombre, denominación o razón social, también haga público su número de RUC; con ello los clientes no solo identificarán plenamente a su proveedor, sino que también estarán en condición de saber si les puede emitir una boleta de venta u otro comprobante de pago que corresponda según el régimen tributario del proveedor. De esta manera también se evitan estafas e incumplimientos que ya se vienen dando tratándose de oferta de bienes y servicios por estos medios (ventaja de la norma).

Cabe resaltar que tal exigencia ya existe en otros países. Así, por ejemplo, en España se exige a las personas que realizan actividad comercial y que hagan publicidad o tengan una cuenta publicitaria[8] en las redes sociales, como Facebook deban tener su número de registro del IVA[9]. Incluso, no hay óbice para que dicho dato pueda estar consignado en el "rubro de datos de información de los sujetos" que publicitan sus productos en las redes sociales, plataformas digitales u otros medios de comercio electrónico.

Así, mediante la Ley 34/2002 (11.7.2002)10 de dicho país se estableció que el prestador de servicios de la sociedad de la información[11] estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, al nombre o denominación social, al número de identificación fiscal que le corresponda, entre otra información.

---

6 "La fiabilidad de los datos registrados es una preocupación permanente de la administración tributaria. Un control efectivo de los omitidos y morosos depende de la **actualización de los datos de identificación**, ubicación y obligaciones de los contribuyentes; adicionalmente, los datos de actividad económica y tipo de sociedad son importantes para la gestión de riesgos y auditoría. En: Las TIC como herramienta estratégica para potenciar la eficiencia de las Administraciones Tributarias". En: https://www.ciat.org/el-registro-de-contribuyentes/

7 Regulado mediante el Decreto Legislativo N° 937.

8 https://es-la.facebook.com/business/help/105282702894601

9 Un número de IVA es un número de identificación para todos los fines relacionados con el IVA en el país donde se emitió dicho número. Ver: https://www.e-registros.es/que-es-el-nif-numero-de-iva; https://www.blueindic.com/registrar-el-iva-de-los-anuncios-de-facebook-y-google-adwords/

10 https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758

11 El rubro II de la exposición de motivos de la ley en comentario refiere que se recoge un "concepto amplio de "servicios de la sociedad de la información", que engloba, además de la contratación de bienes y servicios por vía electrónica, el suministro de información por dicho medio (como el que efectúan los periódicos o revistas que pueden encontrarse en la red), las actividades de intermediación relativas a la provisión de acceso a la red, a la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones, a la realización de copia temporal de las páginas de Internet solicitadas por los usuarios, al alojamiento en los propios servidores de información, servicios o aplicaciones facilitados por otros o a la provisión de instrumentos de búsqueda o de enlaces a otros sitios de Internet, así como cualquier otro servicio que se preste a petición individual de los usuarios (descarga de archivos de vídeo o audio...), siempre que represente una actividad económica para el prestador. Estos servicios son ofrecidos por los operadores de telecomunicaciones, los proveedores de acceso a Internet, los portales, los motores de búsqueda o cualquier otro sujeto que disponga de un sitio en Internet a través del que realice alguna de las actividades indicadas, incluido el comercio electrónico."

Bajo dicho entendimiento, en la Exposición de Motivos del Decreto Legislativo N° 1524 que modificó la Ley del Registro Único de Contribuyentes, se estimó conveniente extender la obligación de consignar el número de RUC en todos los medios a través de los cuales el sujeto oferte los bienes y/o servicios que vende o presta, para lograr que un proveedor dé a conocer su RUC al cliente y este último pueda identificarlo y determinar si es un sujeto al que se le debe exigir la emisión de un comprobante de pago por la operación realizada.

Además, como se ha referido, tal medida busca inducir a los proveedores de bienes y servicios a inscribirse en el RUC, lo que facilitará las labores de control por parte de la Administración Tributaria.

En consecuencia, el publicitar el número de RUC de los proveedores en los medios que emplee para ofrecer al mercado sus bienes o servicios, ayuda en dos aspectos:

a) Mejorar la detección por parte de la Administración Tributaria cuando hace cruce de información, dado que contar con el número de celular no permite identificar al titular. Con lo que se supera el problema de trazabilidad de las operaciones.

b) El cliente, en presencia del RUC también sabrá que puede pedir el comprobante de pago respectivo y también evita fraudes e incumplimientos.

Entonces, queda claro que el artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943, modificado por el Decreto Legislativo N° 1524, no busca en forma alguna obstaculizar ni interferir en el diseño o en la difusión del anuncio publicitario[12] que empleen los proveedores con sus clientes (consumidores), sino que esos consignen como parte de sus datos de identificación, su nombre, razón o denominación social, así como su número de RUC, de modo que los consumidores los identifiquen plenamente, protegiéndolos y garantizando la trazabilidad de las operaciones.

Ahora bien, en cuanto a la publicidad realizada mediante documentación física, dado que es posible consignar la información a que se refiere el artículo 3 en comentario de tal forma que no incida o afecte el diseño del anuncio publicitario en sí, no podría afirmarse que la norma prevista en dicho artículo modificada por el Decreto Legislativo N° 1524 desvirtúe la finalidad del anuncio. Asimismo, en cuanto a la oferta de bienes y servicios de manera virtual, la norma en análisis tampoco señala expresamente que se deba consignar los datos dentro del anuncio publicitario; por lo que, cabría entender que tales datos podrían incorporarse fuera del anuncio bastando con señalarlos en la parte referida a los datos del anunciante o un rubro distinto.

En tal sentido, no puede afirmarse categóricamente que el cumplimiento de lo dispuesto por el literal b) del segundo párrafo del artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943, obliga a alterar el anuncio compuesto por la marca, el lema comercial, la descripción y/o exposición del producto o servicio ofertado y las demás características

12 Tal como lo ha referido la Sala de Defensa de la Competencia del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual del INDECOPI en su Resolución N° 1602-2007/TDC-INDECOPI, "debe entenderse que la publicidad constituye el soporte donde se encuentra contenida la oferta completa y final de un proveedor y consecuentemente, le resulta aplicable el deber de información, bajo los alcances de la legislación de protección al consumidor". Por su parte, en el Glosario del Decreto Legislativo N° 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, se define a la publicidad "a toda forma de comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte, y objetivamente apta o dirigida a promover, directa o indirectamente, la imagen, marcas, productos o servicios de una persona, empresa o entidad en el ejercicio de su actividad comercial, industrial o profesional, en el marco de una actividad de concurrencia, promoviendo la contratación o la realización de transacciones para satisfacer sus intereses empresariales".

que se estiman pertinentes como parte de la estrategia publicitaria y de marketing, tal como se menciona en la Exposición de Motivos del Proyecto que originó la Autógrafa[13].

Además, conforme con lo dispuesto por el artículo 7 del Decreto Legislativo N° 943, aparte de este decreto, el RUC se regula también por la Resolución de Superintendencia que emita la SUNAT, la cual se encuentra pendiente a efectos de implementar lo dispuesto por el literal b) del segundo párrafo del artículo 3 bajo análisis y demás normas previstas por el Decreto Legislativo N° 1524.

Conforme con lo expuesto, la norma contenida en el literal b) del segundo párrafo del artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943 según la modificación dispuesta por el Decreto Legislativo N° 1524, no podría ser calificada de inconstitucional per se, pues resulta necesaria la emisión de la norma que la implemente con arreglo a otros derechos implicados.

Es preciso tener en cuenta que la SUNAT se encuentra trabajando en la adecuación de las modificaciones introducidas mediante el Decreto Legislativo N° 1524, pues así se aprecia de lo señalado en la Resolución de Superintendencia Nacional Adjunta de Tributos Internos N° 000020-2023-SUNAT/700000[14], cuyo Quinto Considerando señala expresamente que "siendo uno de los objetivos principales de la SUNAT facilitar el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los contribuyentes, resulta conveniente disponer medidas que les permitan contar con un tiempo adicional para adecuarse (al Decreto Legislativo N° 1524)."

De otra parte, es de resaltar que en la exposición de motivos del Proyecto que originó la Autógrafa no ha quedado acreditado cómo es que la consignación del número de RUC en la documentación, las plataformas digitales de comercio electrónico, redes sociales, correos publicitarios, entre otros, mediante los cuales se oferten bienes o servicios, puede afectar la libertad de empresa y derecho a la protección intelectual o industrial, por cuanto, no se limita el ejercicio de la libertad de expresión en la actividad comercial que se traduce en la actividad publicitaria[15].

Por el contrario, la no consignación del RUC del proveedor en los medios de publicidad empleados para ofrecer los bienes o servicios que comercializa, incluyendo las plataformas digitales, redes sociales, entre otros, afecta el adecuado funcionamiento del proceso competitivo, pues es sabido que la "informalidad" que se manifiesta en el incumplimiento de las obligaciones tributarias, y la evasión tributaria, sí generan una competencia desleal entre las empresas[16].

Asimismo, en relación con lo señalado por la exposición de motivos del Proyecto que dio origen a la Autógrafa sobre la supuesta desnaturalización de la finalidad del RUC debido a que la redacción del artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943 no tiene como finalidad la realización de actos o procedimientos ante la SUNAT, cabe indicar lo

13 Proyecto de Ley N° 05434/2022-CR.

14 Publicada en el diario oficial El Peruano el 28.6.2023.

15 En efecto, conforme al artículo 13 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, refiere que "la protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera, incluida la presentación o en su caso por omisión de información relevante, induzcan o puedan inducirlos a error sobre, entre otros, **los atributos que posee el agente económico que desarrolla actividad comercial en el mercado, incluyendo todo aquello que representa su actividad empresarial**".

16 La transparencia es compatible con la competencia empresarial. Por el contrario, el no proporcionar información puede llevar a ocultar malas prácticas, corrupción y fraude.

siguiente:

a) Tal regulación del RUC abarca mucho más que la realización de tales actos o procedimientos, por lo que no resulta claro a qué se refiere la mencionada exposición de motivos cuando alude a desnaturalización y, menos aún, por qué se refiere al tratamiento contenido en el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 943 como argumento adicional, pues este artículo establece la obligación de las entidades de la Administración Pública[17] y de los sujetos del sector privado, listados en el apéndice del Decreto Legislativo N° 943 y en la relación que apruebe la SUNAT mediante resolución de superintendencia[18-19] de exigir el número de RUC en los procedimientos, actos u operaciones que se realicen ante o con ellos; tratamiento que a su vez responde a que el artículo 2 del indicado Decreto, al regular la obligación de inscribirse en el RUC, señala que esta alcanza, entre otros, a los sujetos que realicen los actos u operaciones por los que la SUNAT considere necesaria su incorporación al registro.

b) En otras palabras, el Decreto contempla la exigencia del número de RUC incluso en procedimientos, actos u operaciones ante o con entes distintos a la SUNAT, con la finalidad, tal como se indica en su exposición de motivos, de mejorar el control de posibles obligaciones tributarias[20].

Por lo expuesto, el texto vigente del artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943, no solo se condice con los objetivos de la regulación del RUC antes descritos, sino que además, recoge un mecanismo para inducir a los sujetos que ofertan bienes y servicios comprendidos en el ámbito de aplicación del referido Decreto a inscribirse en el RUC en tanto deben incluir dicho número, así como su nombre, denominación o razón social en toda la documentación mediante la cual realicen la indicada oferta.

De otro lado, en la exposición de motivos del Proyecto que origina la Autógrafa también se indica que corresponde al agente económico, dentro de la libertad de empresa el elegir qué elementos utilizar dentro de su material publicitario siempre que no se genere perjuicios al consumidor, poniéndose como ejemplo de esto último a la afectación de los derechos a la salud y al bienestar general de la sociedad y concluyendo que <u>no es posible afectar el derecho a la libertad de empresa si es que no existen otros derechos afectados</u>.

En otras palabras, de lo indicado en la exposición de motivos fluye que se considera que la obligación de consignar determinada información en la documentación en la que se ofertan bienes y/o servicios contenida en el artículo 3 del Decreto debe ser eliminada debido a que cualquier regulación referida al material publicitario solo es admisible para no afectar otros derechos, pero no por objetivos como la mejora del control tributario por parte de la Administración Tributaria.

---

17 Que son, según el inciso b) del artículo 1 del Decreto, aquellas detalladas en el artículo I de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, publicada el 11.4.2001 y normas modificatorias. En adelante, LPAG cuyo Texto Único Ordenado ha sido aprobado por el Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, publicado el 25.1.2019 y normas modificatorias.

18 Según el último párrafo del artículo 4 bajo comentario.

19 Y en el anexo 6 de la Resolución de Superintendencia N.° 210-2004/SUNAT que aprueba disposiciones reglamentarias del Decreto Legislativo N° 943 que aprobó la Ley del Registro Único de Contribuyentes, publicada el 18.9.2004 y normas modificatorias

20 Penúltimo párrafo de la página 2. Exposición de motivos recuperada de: http://spij.minjus.gob.pe/Graficos/Peru/2003/Diciembre/20/EXP-DL-943.pdf

Al respecto, corresponde indicar que lo señalado en la exposición de motivos no considera que conforme a la jurisprudencia del Tribunal Constitucional el deber de contribuir con los gastos públicos[21] y el principio de solidaridad tributaria suponen que los administrados o sujetos pasivos deben cumplir, además de la obligación tributaria sustancial, con obligaciones formales y que para que la autoridad competente pueda cumplir con su rol de fiscalizar el pago de los tributos debe contar con los elementos necesarios para ello[22].

Asimismo, en relación con lo anterior, y tal como se indica en la exposición de motivos del Decreto Legislativo N° 1524, para que la SUNAT pueda desempeñar adecuadamente las funciones[23] de administración, aplicación, fiscalización y recaudación de los tributos internos del Gobierno Nacional y de los tributos y aranceles del Gobierno Central que fije la legislación aduanera es fundamental contar con un registro de todos los sujetos a administrar, incluidos aquellos que por las transacciones que realizan denotan la posibilidad de convertirse en contribuyentes y/o responsables de los tributos antes mencionados.

En ese sentido, la obligación establecida por el artículo 3 del Decreto y que el proyecto propone derogar, al tener como finalidad incentivar el cumplimiento de la obligación de inscribirse en el RUC está relacionada a su vez con el deber de contribuir, en lo relativo a las obligaciones formales y a posibilitar el control por parte de la administración tributaria del cumplimiento de dicho deber.

De otra parte, en la actualidad los obligados de diferentes regímenes tributarios[24] vienen cumpliendo con publicitar su respectivo número de RUC sin que se haya suscitado problema alguno y menos que esté relacionado con la problemática que refiere la exposición de motivos del Proyecto de Ley N° 5434/2022-CR. Así, de una muestra de 150 de páginas webs y redes sociales donde los proveedores ofertan sus bienes y servicios, se ha podido comprobar que 100 han publicitado su número de RUC y razón social. Por lo tanto, la aprobación de la Autógrafa implicaría un retroceso respecto del avance que se ha dado hasta la actualidad.

Sobre las infracciones tributarias vinculadas a la obligación de publicitar el número de RUC

El Decreto Legislativo N° 1524, además de modificar el Decreto Legislativo N° 943 para incluir la obligación de consignar el número de RUC en la documentación mediante la cual se oferten bienes y/o servicios, modificó el Código Tributario[25-26] a efecto de regular como infracción el incumplimiento de dicha obligación.

No obstante, si bien la Autógrafa plantea derogar la obligación de publicitar el número de RUC, no contempla previsión alguna que derogue o modifique las normas del

21 Consagrado como principio constitucional implícito en sentencias del Tribunal Constitucional (STC) como la emitida con ocasión del expediente N.° 2727-2002-AA/TC (fundamento jurídico 9).

22 Como fluye de la justificación de imponer obligaciones formales a los contribuyentes a que se refiere el fundamento jurídico 41 de la STC emitida con ocasión del expediente N° 9165-2005-PA/TC.

23 Contenidas originalmente en el artículo 5 del Decreto Legislativo N° 501 y en el artículo 1 del Decreto Legislativo N° 500, publicados el 1.12.1988 y normas modificatorias y a su vez recogidas en el artículo 5 de la Ley N° 29816, Ley de Fortalecimiento de la SUNAT, publicada el 22.12.2011 y normas modificatorias.

24 Que incluye personas naturales como personas jurídicas de diferentes rubros de actividad.

25 Aprobado por el Decreto Legislativo N.° 816, cuyo Texto Único Ordenado fue aprobado por el Decreto Supremo N° 133-2013-EF, publicado el 22.6.2013.

26 Para tal efecto se modificó el numeral 1 del artículo 172, el epígrafe y encabezado del artículo 173 y el rubro 1 de las Tablas de Infracciones y Sanciones Tributarias I, II y III del Código Tributario, incorporándose el numeral 9 del artículo 173 y el noveno ítem del rubro 1 de las mencionadas Tablas.

Código Tributario que tipifican como infracción el incumplimiento de tal obligación.

En ese sentido, de insistirse con la aprobación de la medida, a pesar de los argumentos técnicos planteados en los numerales precedentes, debiera tenerse en consideración que conforme a lo dispuesto en la Norma VI del Título Preliminar del Código Tributario, las normas tributarias solo se derogan o modifican por declaración expresa de otra norma del mismo rango o jerarquía superior, siendo que toda norma tributaria que derogue o modifique otra norma, debe mantener el ordenamiento jurídico, indicando expresamente la norma que deroga o modifica; lo que resultaría necesario respecto de las normas del Código Tributario que regulan el incumplimiento de la obligación de publicitar el número de RUC a fin de que guarde congruencia con la propuesta de derogación de tal obligación.

Otros aspectos a tener en cuenta en la Autógrafa de Ley

Sobre la problemática que se pretende solucionar con la dación de la medida, la exposición de motivos del Proyecto que originó la Autógrafa, refiere que conforme con las cifras en ella expuestas, es de alto interés nacional, el fortalecimiento del registro y uso de marcas y que el consignar el número de RUC y el nombre, denominación o razón social del sujeto publicitado vulneran la finalidad de publicitar los signos distintivos de la empresa afectando su reputación marcaria, cabe indicar lo siguiente:

a) Los cuadros que se incluyen en la citada exposición se refieren a la correlación entre el valor de las marcas y las ventas, así como a la contribución al PBI, empleo y comercio exterior de los sectores intensivos en DPI (siglas de derechos de propiedad intelectual[27]), pero no detallan cómo es que los datos contenidos en ellos se relacionan con la afectación a las marcas que se indica se producirá con la implementación de lo dispuesto en el artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943. Sin perjuicio de lo señalado, nótese que incluso en la exposición de motivos sólo se coloca el enlace que lleva al cuadro específico que contiene la información de la contribución económica de los sectores intensivos en marcas al PBI, empleo y comercio exterior sin desarrollar ningún argumento relacionado con él a efecto de sustentar el proyecto respectivo.

b) Si bien se indica que el consignar el número de RUC y la razón o denominación social desnaturalizan el material publicitario digital, que "... la inmiscusión de estos números y nombres distintos a la marca, vulneran la finalidad de publicitar los signos distintos de la empresa, en desmedro de su reputación marcaria..."[28], y que es "...inconvencional e inconstitucional cualquier norma que afecte negativamente los objetivos y finalidades de las marcas" no se especifica cómo es que dicha acción producirá la alegada afectación de las marcas.

c) Al respecto, nótese que si, tal como se indica en el documento "Gestión de la propiedad intelectual para MYPES: Aspectos Claves"[29] la función primaria de la propiedad intelectual en cualquiera de sus formas (entre ellas la marca) es la exclusividad sobre las creaciones protegidas, lo que implica su vez la facultad del propietario de impedir que otra persona o empresa reproduzca su creación sin su

27 Página 5 del documento citado en la nota 7.
28 Página 4.
29 Elaborado por el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI). Recuperado de: https://www.escuela-indecopi.edu.pe/images/publicaciones/pdf/2021/EBOOK_GESTIN_DE_LA_PROPIEDAD_INTELECTUAL_PARA_MYPES_ASPECTOS_CLAVES.pdf

autorización[30], no se percibe cómo es que la implementación de lo dispuesto en el artículo 3 del Decreto puede afectar dicha función y/o la mencionada facultad.

d) Asimismo, y sin perjuicio de lo antes mencionado, se cumple con indicar que, si bien no se ha ubicado una definición de "reputación marcaria", en el Título VI del Decreto Legislativo N° 1075[31] referido al registro de marca se hace referencia a reputación en el mercado como parte de uno de los criterios para establecer si dos signos son semejantes y capaces de inducir a confusión y error al consumidor[32], en los artículos 76 y 80 se alude a reputación como una de las características del producto atribuible a su origen geográfico en relación con la conformación de una marca colectiva y una marca de certificación, respectivamente, y en el artículo 98 al concepto explotación de la reputación ajena como parte del tratamiento de las denuncias sobre actos de competencia desleal. En ese sentido, tampoco se aprecia cómo es que el concepto reputación utilizado en los términos antes descritos puede verse afectado por la obligación de consignar el número de RUC, así como el nombre, denominación o razón social en la documentación mediante la cual se oferten bienes y/o servicios.

e) Finalmente, considerando que en la documentación en la que se ofrezcan bienes y/o servicios puede también utilizarse la marca, el hecho que se identifique al sujeto que la utiliza coadyuvaría más bien a fomentar el registro de las marcas y a proteger la propiedad intelectual.

En relación con los supuestos beneficios de la propuesta que menciona la exposición de motivos del Proyecto cuya aprobación dio lugar a la Autógrafa debe indicarse que se omite especificar cómo es que la eliminación de la obligación de consignar el número de RUC, el nombre, denominación o razón social en la documentación mediante la cual se ofertan bienes y/o servicios protege la propiedad industrial reconociendo a las marcas como medios para generar reputación empresarial y ayuda a la persuasión en la adquisición de productos y servicios por parte de los consumidores.

Menos aún se entiende lo señalado en la referida exposición de motivos si se tiene en cuenta que en la normativa actual el concepto de reputación empresarial tiene relación, por ejemplo, con el artículo 11 del Decreto Legislativo N° 1044 referido a actos de denigración, habiendo señalado el INDECOPI[33] que la denigración consiste en la exteriorización en el mercado de determinada información que aluda a la actividad económica ajena, menoscabando sin sustento objetivo, su imagen y reputación empresarial, y produciendo como efecto directo una afectación -real o potencial- que es capitalizada por el agente infractor que mejora su posición en el mercado.

Considerando lo descrito, nótese que no se puede afirmar que la incorporación en la documentación con la que se ofrezca bienes y/o servicios de la información a que se refiere el artículo 3 del Decreto menoscaba la reputación empresarial, y siendo ello así, a su vez, no cabe indicar que un beneficio de su derogación sea la protección de

30 Página 7.
31 Que es la norma que aprueba las disposiciones complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial, publicado el 28.6.2008 y normas modificatorias.
32 Literal d) del artículo 45.
33 En los Lineamientos sobre Competencia Desleal y Publicidad Comercial aprobados por la Resolución N.° 001-2022-LINCCD/ INDECOPI, recuperados de: https://repositorio.indecopi.gob.pe/bitstream/handle/11724/9334/Lineamientos%20sobre%20Competencia%20Desleal%20y%20Publicidad%20Comercial%20%282022%29_Int.pdf?sequence=2&isAllowed=y

dicha reputación a que se refiere la exposición de motivos como beneficio de la aprobación de la medida.

El consignar la información a que se refiere el artículo 3 del Decreto más bien implica que el sujeto ha cumplido con la obligación de inscribirse en el RUC, con lo cual lejos de afectar la reputación empresarial más bien la afirma ya que envía un mensaje de cumplimiento de obligaciones tributarias.

De otro lado, en la referida exposición de motivos se señala que la modificación del artículo 3 del Decreto salvaguardará la seguridad jurídica en el mercado digital e igualará las condiciones regulatorias en el mercado internacional asegurando que el Perú continúe siendo parte integral en la economía digital mundial; sin embargo, ello no es exacto debido a que tal como se menciona en la exposición de motivos del Decreto Legislativo N° 1524, en España la Ley 34/2002[34] establece que el prestador de servicios de la sociedad de la información está obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita a determinada información que incluye, entre otros, el número de identificación fiscal.

Asimismo, y dado que la exposición de motivos se refiere en gran parte a la publicidad digital, se cumple con indicar que una de las tendencias vinculadas al intercambio de información entre administraciones tributarias es más bien la de imponer obligaciones de recopilación de información a las plataformas digitales sobre ingresos obtenidos por proveedores de la economía colaborativa y de trabajos esporádicos a ser entregada a la administración tributaria[35].

Por último, cabe indicar, en cuanto a la falta de transparencia de las operaciones en el comercio electrónico que esta se caracteriza principalmente por la falta de identificación de los sujetos que comercializan bienes y/o prestan servicios a través de medios digitales, así como en la no entrega de comprobantes de pago, lo cual representa espacios de evasión fiscal que a su vez generan competencia desleal[36], obteniendo los infractores ventajas para una mejor posición competitiva, respecto de las empresas formales que están sujetas a obligaciones tributarias, eludiendo además los demás controles estatales[37].

Texto alternativo

Sin perjuicio de las razones expuestas, de insistirse con la medida, se plantea en el siguiente cuadro un texto alternativo comparado con el texto vigente del artículo 3 del Decreto Legislativo N° 943, así como con la Autógrafa:

34 De 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, recuperada de: https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2002-13758

35 OECD/GBM/CIAT/BID (2021), Kit de Herramientas de IVA Digital para Latinoamérica y el Caribe, OECD, Paris, https://www.oecd.org/tax/consumption/kit-de-herramientas-de-iva-digital-para-latinoamerica-y-el-caribe.htm. Página 437 en adelante.

36 Cabe mencionar que, según el artículo 6 del Decreto Legislativo N.° 1044, que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal, publicado el 26.6.2008, se establece que, un acto de competencia desleal es aquél que resulte objetivamente contrario a las exigencias de la buena fe empresarial que deben orientar la concurrencia en una economía social de mercado.

37 Nota de Prensa N.° 061-2020. Recuperado de: https://www.sunat.gob.pe/salaprensa/lima/2020.html

Texto vigente del Decreto Legislativo N° 943 (modificado por el Decreto Legislativo N° 1524[38])	Autógrafa (dispone modificar el párrafo segundo del artículo 3)	TEXTO ALTERNATIVO (propone modificar el literal b) del segundo párrafo del artículo 3)
Artículo 3. DEL NÚMERO DE RUC El número de inscripción en el RUC será de carácter permanente y uso obligatorio en cualquier documento que presenten o actuación que realicen ante la SUNAT. El mencionado número también debe ser: a) Comunicado a las Entidades de la Administración Pública, Empresas del Sistema Financiero, Notarios y demás sujetos comprendidos en el artículo 4. b) Consignado en toda la documentación mediante la cual se oferten bienes y/o servicios, incluidos aquellos casos en que la oferta se realice utilizando plataformas digitales de comercio electrónico, redes sociales, páginas web, correos publicitarios, aplicaciones móviles, entre otros. El número de RUC debe figurar acompañado del nombre o denominación o razón social del sujeto publicitado.	"**Artículo 3. DEL NÚMERO DE RUC** (...) **El mencionado número también deberá ser comunicado a las Entidades de la Administración Pública, Empresas del Sistema Financiero, Notarios y demás sujetos comprendidos en el artículo 4."**	**Artículo 3. DEL NÚMERO DE RUC** El número de inscripción en el RUC será de carácter permanente y uso obligatorio en cualquier documento que presenten o actuación que realicen ante la SUNAT. El mencionado número también debe ser: a) Comunicado a las Entidades de la Administración Pública, Empresas del Sistema Financiero, Notarios y demás sujetos comprendidos en el artículo 4. b) **Consignado en cualquier lugar visible de las plataformas digitales, tales como páginas web, aplicaciones móviles, redes sociales, entre otros medios electrónicos, a través de las cuales se oferten, comercialicen y/o presten bienes y/o servicios a título oneroso.**

Por las razones expuestas, se observa la Autógrafa de Ley, en aplicación del artículo 108 de la Constitución Política del Perú.

Atentamente,

DINA ERCILIA BOLUARTE ZEGARRA
Presidenta de la República

LUIS ALBERTO OTÁROLA PEÑARANDA
Presidente del Consejo de Ministros

38 Publicado el 18.02.2022. Vigente a partir del 01.07.2023.

Proyectos de Ley: 5434/2022-CR

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, **11** de **enero** del **2024**

Habiendo sido observada la autógrafa de ley, pase a la comisión de:

- **Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera**

GIOVANNI PORNO FLOREZ
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

LEY QUE MODIFICA EL DECRETO LEGISLATIVO 943, LEY DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES, PARA ESTABLECER EL CORRECTO FUNCIONAMIENTO DE LA PUBLICIDAD DIGITAL

<u>Artículo único</u>. Modificación del artículo 3 del Decreto Legislativo 943, Ley del Registro Único de Contribuyentes

Se modifica el párrafo segundo del artículo 3 del Decreto Legislativo 943, Ley del Registro Único de Contribuyentes, en los siguientes términos:

*"**Artículo 3. DEL NÚMERO DE RUC***

[...]

El mencionado número también deberá ser comunicado a las Entidades de la Administración Pública, Empresas del Sistema Financiero, Notarios y demás sujetos comprendidos en el artículo 4".

Comuníquese a la señora Presidenta de la República para su promulgación.

En Lima, a los veintidós días del mes de diciembre de dos mil veintitrés.

ALEJANDRO SOTO REYES
Presidente del Congreso de la República

YESSICA ROSSELLI AMURUZ DULANTO
Tercera Vicepresidenta del Congreso de la República

A LA SEÑORA PRESIDENTA DE LA REPÚBLICA