



GUIDO BELLIDO UGARTE

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"



**PROYECTO DE LEY QUE
PROMUEVE LA CONCIENTIZACIÓN
Y PARTICIPACIÓN EN EL
SEGUIMIENTO DE LA
INFORMACIÓN DE LOS COSTOS Y
PRECIOS DE LOS ALIMENTOS DE
PRIMERA NECESIDAD**

Los Congresistas que suscriben, miembros del Grupo Parlamentario Perú Libre, a iniciativa del congresista **Guido Bellido Ugarte**, en ejercicio de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú y conforme lo establecen los artículos 74, 75 y 76 del Reglamento del Congreso, proponen el siguiente proyecto de ley.

FÓRMULA LEGAL

El Congreso de la República

Ha dado la siguiente ley:

**LEY QUE PROMUEVE LA CONCIENTIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN EN EL
SEGUIMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE LOS COSTOS Y PRECIOS DE
LOS ALIMENTOS DE PRIMERA NECESIDAD**

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto promover la concientización y la participación de la población mediante la difusión y el seguimiento de la información de los costos de producción y precios de los alimentos de primera necesidad y sus respectivos sustitutos ante la población en general, con la finalidad de incentivar una adecuada cultura de consumo que permita mejorar la fluctuación de la oferta y la demanda en favor de los consumidores.

Artículo 2. Publicidad y difusión

Los medios de comunicación televisivos de alcance local, regional y/o nacional difunden la información correspondiente al objeto de la presente ley al menos tres (3) veces al día en horarios distintos y de mayor audiencia con una duración no menor de tres (3) minutos.

Artículo 3. Financiamiento

Los medios de comunicación anteriormente señalados contribuyen con uno de los fines esenciales del Estado, cooperan con la satisfacción del bienestar



social al difundir la información señalada en el artículo 1 de la presente ley, sin irrogar gastos al tesoro público.

Artículo 4. Área encargada

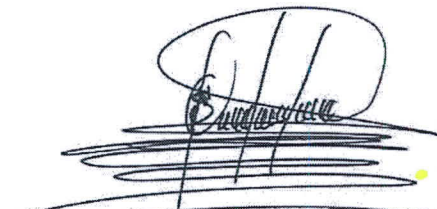
El Ministerio de Economía y Finanzas crea un área encargada para realizar la investigación correspondiente al objeto de la presente ley para que se identifiquen, diagnostiquen y monitoreen los costos y precios correspondientes, para que estos sean promovidos adecuadamente en cada región o localidad según sus necesidades.

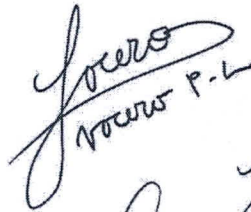
DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

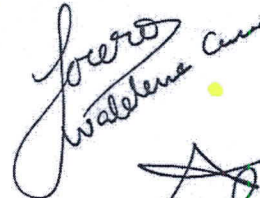
ÚNICA. Normas reglamentarias y complementarias

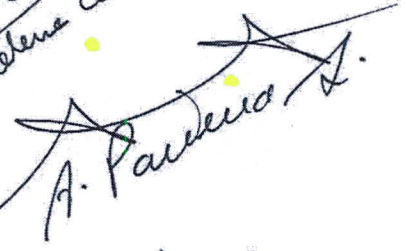
Mediante decreto supremo refrendado por el Ministro de Economía y Finanzas, se dictan las normas reglamentarias y complementarias para la aplicación de la presente ley, en un plazo máximo de noventa (90) días, contados a partir del día siguiente su publicación.

Lima, 13 de mayo de 2022

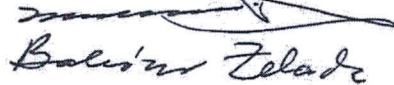

Silvana Robles A.

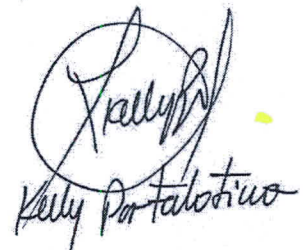

Jovino P.L.


Jovino Waleluna C.


A. Paredes A.


Phumman


GUIDO BELLIDO UGARTE
CONGRESISTA DE LA REPÚBLICA

Balisim Zelade


Kelly Portafolius



CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, **8** de **junio** del **2022**

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición **N°2260-2021-CR** para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de:
1. TRANSPORTES Y COMUNICACIONES.

.....
HUGO ROVIRA ZAGAL
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPUBLICA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

1.1. MARCO NORMATIVO

- a. La **Constitución Política** vigente reconoce en su artículo 59° que el Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de industria, brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren desigualdad y promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades; este artículo se interpreta en concordancia a lo establecido por los artículos 61° y 65° de la misma constitución, los que a su vez establecen que el Estado facilita y vigila la libre competencia y defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado, respectivamente.
- b. Ley de Radio y Televisión, Ley N° 28278.
- c. Reglamento de la Ley de Radio y Televisión, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2005-MTC, y sus modificatorias.

1.2. ANTECEDENTES

En el capítulo económico, nuestra Constitución establece una serie de principios generales que proclaman un sistema económico social de mercado, precisándose que el Estado orienta el desarrollo del país.

En consecuencia, el Estado tiene la misión de fomentar la creación de riqueza, generando estímulos y oportunidades a los sectores vulnerables que pudiesen sufrir algún tipo de desigualdad. De esta forma, el gobierno debe promover el desarrollo integral de la sociedad.

Además, nuestra carta magna prescribe el deber de vigilar la libre competencia, siendo menester combatir toda posible práctica que pudiese afectarla. Por tanto, el Estado, a través de sus distintos organismos, debe defender el interés de los consumidores y usuarios.

En tal sentido, el artículo 65 de la Constitución establece el deber del Estado en garantizar el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a la disposición del mercado.

En esa línea se ha pronunciado el Tribunal Constitucional¹, al señalar que la libre competencia es parte fundamental de la economía social de mercado y que la Constitución delega al legislador la labor de garantizar el acceso al mercado en igualdad de condiciones, lo cual implica un deber y un derecho de los agentes y/o grupos de interés que convergen en el mercado.

Es así que, junto a la libre competencia, encontramos el derecho a la información de los consumidores como un mecanismo para promover de la mejor manera la satisfacción de sus intereses frente a los diversos mercados de bienes y servicios.

Ahora bien, respecto a este derecho, podemos apreciar que el legislador ha establecido mecanismos a fin de salvaguardarlo, es probable que esto sea insuficiente.

En efecto, en la actualidad se ha podido apreciar el incremento de los precios de los productos de primera necesidad en el marco de la pandemia y la crisis económica y laboral, lo cual exige que el legislador adopte medidas complementarias que cumplan con satisfacer el interés público y dentro de los límites que establece el régimen económico.

Por tanto, es indispensable la existencia de una norma habilitante que coadyuve con la satisfacción del interés público y permita desarrollar el derecho a la información de los consumidores.

1.3. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LOS MEDIOS DE RADIODIFUSIÓN

Dentro los principios previstos en la Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión, la norma prescribe que la prestación de los servicios de radiodifusión debe regirse por la responsabilidad social de los medios de comunicación.

No obstante, la misma norma, y su reglamento, no establecen mayores alcances en ese extremo, dejando a la responsabilidad social como un acto volitivo y optativo de parte de los medios de radiodifusión.

¹ Véase el fundamento 7 de la sentencia recaída en el Exp. N.º 00014-2009-PI/TC (<https://www.tc.gob.pe/jurisprudencia/2010/00014-2009-AI.html>)

Sin embargo, estamos frente a uno de los principios rectores en la prestación de servicios de radiodifusión, por lo que, es menester instrumentalizar dicho principio en favor de los grupos de interés de la sociedad.

A su vez, debemos entender a qué nos referimos con "responsabilidad social de los medios de comunicación".

En primer lugar, el concepto de responsabilidad social ha evolucionado continuamente a través del tiempo, en función a los actores y las situaciones. Podemos apreciar las siguientes definiciones²:

- ✓ De lo visto en el Libro Verde de la Comunidad Europea, la Responsabilidad Social es el compromiso que tenemos por nuestros impactos en la sociedad.
- ✓ Según el conjunto de guías en materia de responsabilidad social "ISO 26000", la Responsabilidad Social es el compromiso de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético.
- ✓ A criterio del Centro Mexicano para la Filantropía: Es la obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico.
- ✓ El Instituto Argentino de Responsabilidad Social y Sustentabilidad (IARSE) sostiene que la Responsabilidad Social es la obligación que los miembros de una comunidad tienen para preservar las buenas condiciones de su alrededor.
- ✓ A parecer de la Fundación PROhumana, la Responsabilidad Social es el compromiso que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.

² Extraído de: [https://responsabilidadsocial.net/la-responsabilidad-social-que-es-definicion-concepto-y-tipos/?amp#Definicion de Responsabilidad Social del IARSE](https://responsabilidadsocial.net/la-responsabilidad-social-que-es-definicion-concepto-y-tipos/?amp#Definicion%20de%20Responsabilidad%20Social%20del%20IARSE)

- ✓ Finalmente, las Naciones Unidas definen a la Responsabilidad Social como la conciencia sobre el impacto que nuestras decisiones tendrán en la sociedad en el futuro.

En conclusión, podemos definir a la responsabilidad social como un deber cívico en el que los individuos son conscientes del impacto que pueden generar ante la sociedad y, por ende, buscan tomar acciones que beneficien a la comunidad.

Dentro de ese criterio, y bajo los principios consagrados por la Ley de Radio y Televisión, Ley N° 28278, el presente proyecto de ley busca materializar la responsabilidad social de los medios de comunicación televisivos en beneficio de los ciudadanos, quienes en la actualidad se ven afectados por el incremento de los precios y costos de los productos de primera necesidad.

1.4. LA ACTIVIDAD DE FOMENTO Y EL ENTE ENCARGADO

Por otra parte, debemos señalar que las decisiones que adopte la Administración Pública tienen como fin el satisfacer el bienestar general de la población, de forma permanente, a través de actuaciones concretas e inmediatas que incidan en los ciudadanos.

Dentro de las actividades de la Administración Pública, encontramos la Actividad de Fomento que consiste en la realización de determinadas acciones por parte de la Administración Pública a fin de promover o estimular la realización de ciertas actividades por parte de los particulares, las mismas que son consideradas de interés general³.

Cabe precisar que dicha prerrogativa debe encontrar en la ley su fundamento y el límite de su acción. Es así que el presente proyecto de ley cumple con positivizar una actividad de fomento que permitirá mejorar la interacción de la oferta y la demanda de los productos de primera necesidad en favor de los ciudadanos.

Asimismo, la presente ley encarga al Ministerio de Economía y Finanzas la emisión de un decreto supremo que permita su reglamentación. Ello

³ Véase: Guzmán, C. (2013). MANUAL DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO GENERAL. Pacifico Editores. https://ipc.pe/Even_2020/Septiembre_2020/DPAG_S2_2.pdf

es así debido a la información obtenida por parte de la Dirección de Proyecciones Macroeconómicas, dentro del marco de sus funciones. Dicha Dirección es la unidad orgánica encargada de establecer supuestos y proyectar escenarios macroeconómicos de corto y mediano plazo, para la elaboración de las proyecciones macroeconómicas.

Por tanto, el decreto supremo establecerá los lineamientos y procedimientos necesarios a fin de consolidar la información que se difundirá en los medios de comunicación y, de ser necesario, otros supuestos que instrumentalicen el espíritu de la presente ley.

II. EFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA

La presente iniciativa legislativa no vulnera la Constitución Política vigente, no colisiona con ninguna norma en vigor del ordenamiento jurídico peruano, su finalidad es promover una concientización de los costos y precios de los alimentos de primera necesidad que permita mejorar la oferta y la demanda en beneficio de los consumidores, lo cual también permite impulsar un crecimiento económico sostenible a largo plazo.

III. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

El presente proyecto de ley no generará gasto o egreso pecuniario para el Estado, permitirá promover un adecuado seguimiento de la información de los costos y precios de los alimentos de primera necesidad que permitirá fomentar la participación de los consumidores en el mercado.

IV. RELACIÓN CON LA AGENDA LEGISLATIVA Y LAS POLÍTICAS DE ESTADO DEL ACUERDO NACIONAL

Conforme Resolución Legislativa del Congreso N° 002-2021-2022-CR por la que se aprueba la agenda legislativa para el período anual de sesiones 2021-2022, el presente proyecto de ley se encuadra en los objetivos:

EQUIDAD Y JUSTICIA SOCIAL, y las siguientes políticas de Estado:

- Reducción de la pobreza,

COMPETITIVIDAD DEL PAÍS, y las siguientes políticas de Estado:

- Afirmación de la Economía Social de Mercado.

GBUjlbm