

A	:	DAVID VILLAVICENCIO FERNANDEZ GERENTE GENERAL (E)
CC	:	RAFAEL EDUARDO MUENTE SCHWARZ PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO
ASUNTO	:	OPINION SOBRE EL PROYECTO DE LEY 6343/2020-CR.
FECHA	:	29 de octubre de 2020

	CARGO	NOMBRE
ELABORADO POR	Abogado asesor en temas de Gestión Pública	RENZO LEONARDO CHIRI MARQUEZ
REVISADO POR		
APROBADO POR	GERENTE DE ASESORIA LEGAL	LUIS ALBERTO AREQUIPEÑO TAMARA



I. OBJETIVO.-

El presente informe tiene por finalidad analizar el **Proyecto de Ley N° 6343/2020-CR** (en adelante, el Proyecto de Ley), denominado **“Ley que incorpora criterios que garantizan la eficiencia y transparencia de la publicidad estatal institucional”**, presentado por el **congresista Mártires Lizana Santos** de las filas de Fuerza Popular (FP).

II. ANTECEDENTES.-

Mediante Oficio N° 0634-2020-2021-CTC, de fecha 12 de octubre de 2020, el Congresista Luis Carlos Simeón Hurtado, en su calidad de Presidente de la Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso de la República, solicitó al Organismo Supervisor de la Inversión Privada en Telecomunicaciones (en adelante, OSIPTEL) emitir opinión sobre el Proyecto de Ley N° 6343-2020, “Ley que incorpora criterios que garantizan la eficiencia y transparencia de la publicidad estatal institucional”.

Dicho Proyecto de Ley tiene por objeto modificar los artículos 2° y 6° de la **Ley 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal**, así como incorporar nuevos artículos a la misma con miras a establecer criterios que garanticen una mayor eficiencia y transparencia de la publicidad estatal institucional

III. ANÁLISIS.-

3.1 Sobre la competencia del OSIPTEL.

En el marco de su Ley de Creación¹, el OSIPTEL es el organismo regulador de los servicios públicos de telecomunicaciones y la agencia de competencia en este sector; por lo que sus funciones están destinadas a garantizar la calidad y eficiencia del servicio, regulando el equilibrio de las tarifas y facilitando al mercado un uso eficiente de los servicios públicos de telecomunicaciones.

¹ Decreto Legislativo N° 702 mediante el cual se declaran de necesidad pública el desarrollo de telecomunicaciones y aprueban normas que regulan la Promoción de Inversión Privada en telecomunicaciones.



De manera concordante, las funciones normativas, de regulación, supervisión, fiscalización, de solución de conflictos, reclamos y control de conductas anticompetitivas están plenamente ratificadas y desarrolladas como funciones fundamentales del OSIPTEL en las vigentes Leyes N° 26285², N° 27332³ y N° 27336⁴, así como en la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo⁵.

En ese sentido, el OSIPTEL, únicamente, está facultado para emitir opinión técnica respecto de aquellos asuntos vinculados a su competencia.

3.2. Sobre la propuesta de modificación legislativa.

El proyecto presentado plantea la modificación de los artículos 2° (Ámbito de aplicación de la Ley) y 6° (Información y Transparencia) de la indicada Ley 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, así como la incorporación a la misma de varios nuevos artículos: 4°-A (Criterios Específicos), el 9° (Contratación de Publicidad Estatal Institucional), el 10° (Campañas Especiales en Estado de Emergencia) y el 11° (Portal Único de Transparencia de la Publicidad Estatal Institucional).

En el **artículo 2°** del proyecto, se propone una definición de “publicidad estatal institucional” como aquella que tiene por finalidad difundir asuntos de interés público a través de los diferentes medios de comunicación de alcance nacional, regional y local por parte de las entidades públicas, a fin que los ciudadanos conozcan oportunamente sobre sus derechos y obligaciones, la prestación de servicios públicos y aspectos relevantes respecto del funcionamiento del Estado y sus instituciones.

Asimismo, el proyecto de ley propone adicionar a la Ley 28874 un **artículo 9°** denominado Contratación de Publicidad Estatal Institucional el mismo que plantea que las entidades estatales puedan contratar publicidad para el cumplimiento de sus respectivos planes de comunicación estratégico a través de “centrales de medios”, de conformidad con las disposiciones previstas en la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado y su reglamento⁶.

² Ley que dispone la desmonopolización progresiva de los Servicios Públicos de Telefonía Fija Local y de Servicios de Portadores de Larga Distancia.

³ Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos.

⁴ Ley de Desarrollo de las Funciones y Facultades del OSIPTEL.

⁵ Art. 32 de la Ley N° 29158.

⁶ **ARTÍCULO 9.- CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD ESTATAL INSTITUCIONAL.**



Cabe recordar que una agencia o central de medios es una empresa cuyo objetivo es **optimizar el presupuesto** que se orienta a **publicidad**, optando por las soluciones que mejor se adapten a las necesidades y objetivos de una empresa o institución, tanto en los medios publicitarios, como en el soporte o tipo de marketing a utilizar. En otras palabras, esta resulte ser un asesor en materia publicitaria.

De este modo, la central de medios orienta al anunciante, aconsejándole sobre la **mejor inversión posible** e incluso sobre el tipo de campaña publicitaria que le conviene realizar, con la finalidad de obtener un rendimiento adecuado en cada ocasión.

Mención especial merecen la modificación del **artículo 6°** y el propuesto nuevo **artículo 11°** del proyecto de ley, puesto que ambos tienen como objeto promover una mayor transparencia, para lo cual se plantea la publicación de los contratos publicitarios celebrados por la administración pública a través de la creación de un novísimo “Portal Único de Transparencia de la Publicidad Estatal Institucional”.

Con ello se busca que los contratos, adendas y/o anexos, así como, los montos pagados a cada medio de comunicación, central de medios o asociación de medios y la sustentación de los criterios aplicados para la selección de la propuesta sean publicados en el Portal Único de Transparencia de la Publicidad Estatal Institucional dentro de un plazo máximo de siete (07) días desde su suscripción, sin perjuicio de la obligación de publicación en el portal de transparencia de cada institución.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.-

Consideramos como una iniciativa positiva el facultar a la instituciones estatales a poder contratar una agencia o central de medios que los asesore y oriente acerca de cómo y dónde invertir **mejor** sus recursos en el marco de una campaña publicitaria. Ello

El Estado puede contratar publicidad en los medios de comunicación, en centrales de medios y, en su defecto, mediante las asociaciones de medios de comunicación a nivel nacional que estén inscritas en los Registros Públicos y cuenten con las autorizaciones correspondientes.

Los contratos publicitarios deben elaborarse y aprobarse de conformidad con las disposiciones previstas en la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado y sus normas reglamentarias, en lo que corresponda.



coadyuvaría a un uso más eficiente y eficaz de los recursos públicos asignados a campañas de comunicación desde el Estado.

Por otra parte, si bien resulta loable la finalidad de promover una mayor transparencia respecto de los contratos publicitarios celebrados por instituciones del Estado, consideramos que la creación del Portal Único de Transparencia de la Publicidad Estatal Institucional puede resultar innecesario, toda vez que las entidades ya tienen la obligación legal de publicar dicha información en sus propios portales institucionales, pero además, existe y está operativa desde muchos meses la Plataforma Digital Única del Estado Peruano, promovida por la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM).

En esa línea, una alternativa más viable podría ser que dentro de la Plataforma Digital Única del Estado Peruano, se habilite una sección que cumpla con la misma finalidad del propuesto Portal Único de Transparencia de la Publicidad Estatal Institucional.

Finalmente, tenemos conocimiento que en el seno de la propia Comisión de Transportes y Comunicaciones del Congreso se han presentado también los Proyectos de Ley N° 5824/2020-CR, N° 5840/2020-CR y N° 6294/2020-CR, los mismos que en términos generales plantean objetivos similares que el proyecto bajo comentario, razón por la cual recomendamos estudiar la posibilidad de consensuar un proyecto que integre dichas iniciativas legislativas.

Atentamente,

