



Proyecto de Ley

4441 / 2018-CR

**PROYECTO DE LEY QUE TRANSPARENTA  
LA INFORMACION DE LOS GASTOS EN  
SERVICIOS DE PUBLICIDAD POR PARTE  
DEL ESTADO, EN BENEFICIO DE LA  
CIUDADANIA.**

Los congresistas del Grupo Parlamentario **Fuerza Popular** que suscriben, a propuesta del legislador **Modesto Figueroa Minaya**, en ejercicio del derecho a la iniciativa legislativa prevista en el artículo 107° de la Constitución Política del Perú y concordante con los artículos 22° inciso c), 75° y 76° del Reglamento del Congreso de la República, proponen el siguiente Proyecto de Ley:

**FÓRMULA LEGAL**

El Congreso de la República

Ha dado la Ley siguiente:

**“LEY QUE TRANSPARENTA LA INFORMACION DE LOS GASTOS EN  
SERVICIOS DE PUBLICIDAD POR PARTE DEL ESTADO, EN BENEFICIO DE  
LA CIUDADANIA”**

**Artículo 1°. Objeto de la Ley**

El objeto de la ley es que los medios de comunicación televisivos, radiales y de prensa escrita que contraten con el Estado en los mismos anuncios publicitarios materia de contrato, publiquen el costo de esa publicidad para el Estado, con la finalidad de favorecer la transparencia en la utilización de los recursos públicos y la real dimensión de los gastos que realiza el Estado en materia de publicidad en medios privados para el conocimiento de todos los ciudadanos, evitando así cualquier situación de favoritismo, corrupción, gastos en exceso, colusión o manejo indebido de la opinión pública.

**Artículo 2°. - Alcances de la Ley**

La presente ley alcanza a todos los medios de comunicación televisivo, radial o prensa escrita que realice contratos bajo cualquier modalidad con el Estado.

**Artículo 3°. – Información de costos de Publicidad estatal en medios privados.**

Los medios de comunicación televisivos, radiales y de prensa escrita privados, que contraten con el Estado, en los mismos anuncios publicitarios materia de

1



361059 ATD



contrato, deberán publicar el costo de esa publicidad contratada para el Estado, debiendo contener esta información el costo total del contrato, la forma y tiempo de la misma, y la entidad pública contratante. La forma de presentar esta información se dará de la siguiente manera:

### **Empresas Televisivas y Radiales**

En los medios televisivos y radiales al momento inicial del anuncio publicitario mediante un comunicado previo y en la parte final del aviso también, tanto en imágenes como en audio.

### **Medios de Prensa Escrita**

Se publicará el costo de la publicidad en un espacio mediano visible al inicio y final del anuncio, en letras legibles no menores de 3 milímetros.

### **Artículo 4°. – Obligaciones de las entidades públicas contratantes**

Los representantes de las entidades públicas que contraten con medios de comunicación para realizar publicidad en los mismos, deberán establecer en sus contratos cláusulas de transparencia, donde se establezca las obligaciones de información señaladas en la presente ley, bajo responsabilidad funcional y administrativa, sin perjuicio de incurrir en responsabilidades civiles o penales de acuerdo al caso lo amerite.

### **Artículo 5.- Sanciones a medios de comunicación que incumplan de informar los costos.**

Los medios de comunicación que incumplan lo establecido en la presente ley, además de las responsabilidades contractuales que se establezcan serán sancionados con la posibilidad de contratar con el Estado por el periodo de un año de la fecha de emitida la sanción.

### **Artículo 6.- Publicación adicional.**

El Estado a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones la primera semana de cada mes, deberá publicar y difundir a través del diario "El Peruano", la señal televisiva de Tv Perú y emisoras radiales de propiedad estatal, información sobre los gastos mensuales en publicidad que el estado realiza en medios de comunicación privados, informando los costos, temas y que medios son los favorecidos.



**Artículo 7° - Reglamentación.**

El Ministerio de Transportes y comunicaciones será la entidad de reglamentar la presente ley en un plazo no mayor de 90 días

**Artículo 8° - Derogación**

Deróguense las normas que se opongan a la presente ley

**Artículo 9° - Vigencia**

La presente Ley entra en vigencia a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial “El Peruano”.



*[Handwritten signature]*  
Modesto Figueroa Minaya  
Congresista de La República



Carlos Tubino Arias Schreiber  
Portavoz (T)  
Grupo Parlamentario Fuerza Popular

*[Handwritten signature]*

*[Large handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

Lima, mayo de 2018





### EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

A partir del año 2002, desde el periodo de gobierno del señor Alejandro Toledo Manrique hasta el año 2016, que corresponde al gobierno del señor Ollanta Moisés Humala Tasso y parte del presente gobierno, los principales medios de comunicación televisiva escrita y radial del Perú han facturado al Estado por concepto de gastos en publicidad **más mil trescientos millones de soles, para ser exactos S/ 1,382'862,097.27**. esto es sin incluir gastos contratados a través de agencias de publicidad, conforme lo detalla el cuadro N° 01 de gastos de publicidad.

La Republica.pe | INFOGRAFÍA  /larepublica.pe  @larepublicape

### Inversión en publicidad estatal por gobiernos

Alejandro Toledo (2001-2006) 112 millones de soles\*  
\*Reporte de los dos últimos años de Toledo



Fuente. Secretaría General de la Presidencia del Consejo de Ministros

LA REPÚBLICA

1

[https://www.google.com.pe/search?q=inversion+en+publicidad+estatal+por+gobiernos&rlz=1C1GCEU\\_esPE821PE821&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjLxd-Y\\_eXAhXPuVMKHVStA1IQ\\_AUIDigB&biw=1600&bih=789#imgrc=ADnNyMkaKqUvTM:](https://www.google.com.pe/search?q=inversion+en+publicidad+estatal+por+gobiernos&rlz=1C1GCEU_esPE821PE821&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjLxd-Y_eXAhXPuVMKHVStA1IQ_AUIDigB&biw=1600&bih=789#imgrc=ADnNyMkaKqUvTM:)

F



RUC	Nombre	Monto Girado
20108296071	PUBLISER PUBLICIDAD Y MARKETING S.R.L.	46,471,786.12
20122920829	APAS PUBLICIDAD S.R.LTDA	16,384,225.56
20461735208	CONSULTORA PERUANA DE PUBLICIDAD Y MARKETING S.A.C.	10,466,290.65
20520814249	PUBLICIDAD LEGAL S.A.C.	8,775,801.94
20100324076	PROPERU PUBLICIDAD S.A.C.	8,277,713.39
20522337715	COELHO IMPRESIONES Y PUBLICIDAD S.A.C.	4,589,152.34
20102102321	MORA PUBLICIDAD Y REPRESENTACIONES S.A.C	4,564,333.83
20258197993	MAYO PUBLICIDAD S.A	4,482,063.12
20508207345	CORAL PUBLICIDAD S.A.C.	4,456,244.93
20544990781	MAR PLIBICIDAD S.A.C.	3,722,912.86
20511169926	DIRMIR PUBLICIDAD E.I.R.L TVIA PUBLICIDAD SOCIEDAD ANONIMA CERRADA-TVIA	3,195,677.35
20392865480	PUBLICIDAD S.A.C.	2,038,977.76
20502267354	PUNTO PUBLICITARIO MARKE"ING & PUBLICIDAD S.A.C.	2,032,304.44
20114035735	PUBLICIDAD GRAFICA MELENDEZ ABANTO EIRL	1,966,261.01
20504370861	PLIBLISER PLIBICIDAD Y COMUNICACIONES S.R.L. CONTACTO IOIRECTO PUBLICIDAD & MARKE"ING SOCIEDAD	1,810,728.29
20524887291	COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA - CONTACTO DI	1,719,191.26
20539046021	PUBLICIDAD & CONSTRUCCIONES GENIUS E.1. R.L.	1,519,009.75
20545779235	DISEÑO Y PUBLICIDAD GRAPHIC NADHI S.A. PUBLICAT PUBLICIDAD Y MARKETING E.I.R.L. EN	1,477,502.76
20112400975	LIQUIDACION CGM GROUP CONFECCIONES DE PRENDAS, PUBLICIDAD Y	1,415,646.84
20535705420	SERVICIOS GENERALES E.I.R.L.	1,320,288.70
20514637220	SK PUBLICIDAD & SERVICIOS E.I.R.L.	1,294,389.37
20107040812	ATLAS PUBLICIDAD SAC	1,265,083.35
20340093683	INTEGRAL PUBLICIDAD Y MARKETING S.A.	1,196,386.77
20523454308	D'ART PUBLICIDAD S.A.C.	1,149,713.92
20443478818	PUBLICIDAD & COMUNICACIONES S.A.C. AGENCIA DE PUBLICIDAD CREATIVE EMPRESA INDIVIDUAL DE	1,070,485.57
20487099822	RESPOIYSABILIDAD LIMITADA	1,042,348.18
20376584489	SUPERVISORA DE MEDIOS Y PUBLICIDAD SAC	1,033,925.72
20107220713	F & M PLIBICIDAD Y SERVICIOS S.R.LTDA.	1,031,778.55

2

Que, estas contrataciones se incrementaron como consecuencia de la

<sup>2</sup> Fuente: Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado (SEACE).

flexibilización de la legislación en materia de contrataciones públicas, lo que ha permitido al Estado verificar diversas formas para facilitar su contratación de manera directa, muchas veces incurriendo en el uso y abuso de la norma, materia del presente proyecto. Observándose niveles absurdos e inaceptables de concentración de publicidad, frente a otras necesidades inherentes, apremiantes del ciudadano, como es el caso de salud, educación, vivienda etc. Muchos de ellos con escasos recursos presupuestales.

Que, en los últimos 15 años de Gobierno Peruano, se ha producido un incremento desproporcionado y sin precedentes en gastos de publicidad pasando de S/.115'536.350 en el 2010 a más de 251 millones en el año 2013, conforme se indica, señalando cuales fueron las empresas que se beneficiaron con cuantiosas sumas de dinero, como es:

**COMPAÑIA PERUANA DE RADIODIFUSIÓN S.A. (América Televisión, Canal 4) con S/. 214'757,441.00.**

**ANDINA DE RADIODIFUSIÓN S.A.C., con S/. 160'225,388.00.**

**EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A., con S/.177'384,358.00**

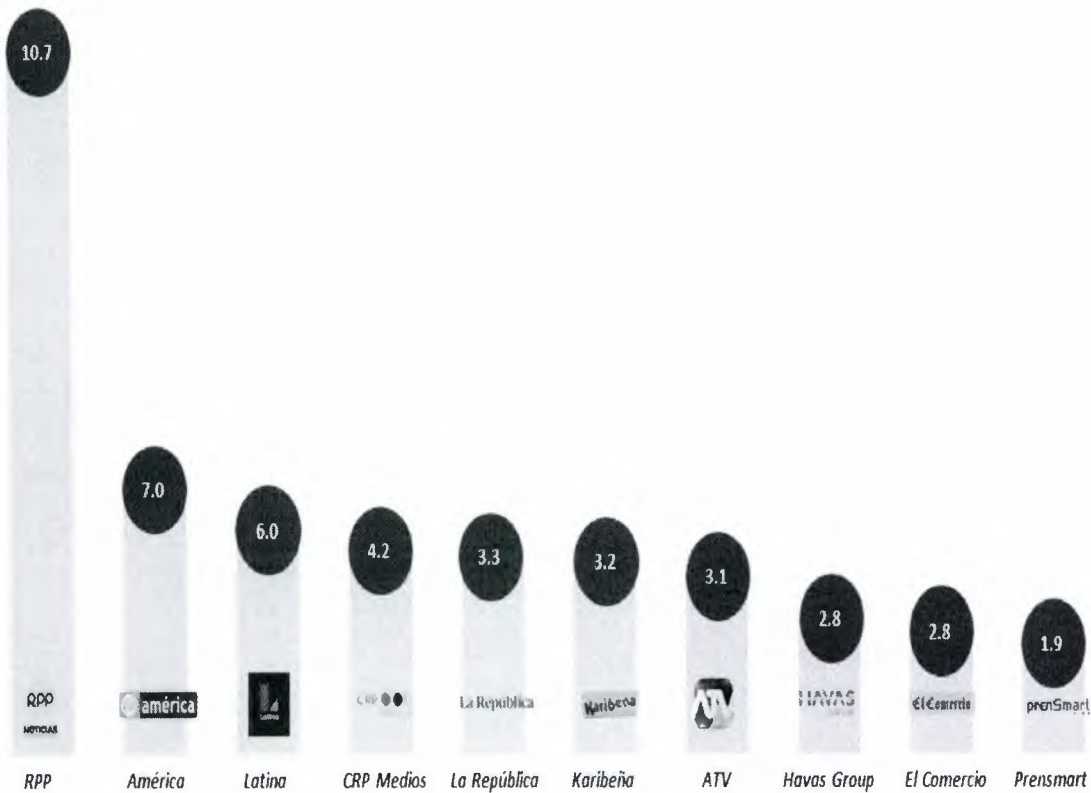
**GRUPO RADIO PROGRAMAS DEL PERU (R.P.P.), S.A.C., con S/. 5'149,797.00 FRECUENCIA LATINA REPRESENTACIONES S.A.C. con S/. 131'723,197.00. con un incremento de más del 300%.**

Por lo que la presente iniciativa legislativa es que toda persona tiene derecho a solicitar y recibir información de cualquier entidad de la Administración Pública y estos tienen la obligación de proveer la información requerida conforme a lo establecido en las normas legales pertinentes. Que, otra de las vías a través de la cual se contrata los servicios de publicidad es a través de empresas de publicidad cuyos montos gastados por cada una supera varias decenas de millones de soles plasmada en porcentajes como se detalla, en el presente cuadro de gastos de publicidad.



### Medios en los que el estado más publicitó

Expresado en millones de soles para el periodo enero – septiembre 2017



Fuente: Z&Z Peru Consulting

3

Todos hemos tomado conocimiento de los desastres naturales que azotó nuestro país por las lluvias y huaycos que han inundado varias ciudades de la costa centro norte del país, además de destruir puentes, pistas, etc., ha ocasionado también gastos en el Gobierno del renunciante Pedro Pablo Kuczynski por publicidad, otorgándose contratos de manera directa.

De acuerdo a los datos obtenidos del portal del Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado (Seace), el Gobierno ha gastado S/ 8.6 millones en anuncios en empresas de televisión, radio, contratación de paneles, etc. Bajo la

<sup>3</sup> Fuente Z&Z Perú Consulting.





descripción de "Contratación del servicio de publicidad relacionados con recomendaciones de seguridad, acciones del Estado e implementación de canales de denuncias en caso de actos ilegales derivados situación de emergencia generada por los desastres naturales en nuestro país" (Directa-Proc-5-2017-PCM-1), los medios que se han visto beneficiados son los siguientes:

Medio	Monto adjudicado en S/
Latina Media SAC (Latina)	1,428,083.00
Latina Media SAC (Panamericana)	469,703.72
GrupoRPP SAC (RPP Cable)	168,305.76
GrupoRPP SAC (RPP)	984,403.20
GrupoRPP SAC (Felicidad)	224,294.40
GrupoRPP SAC (Capital)	205,603.20
GrupoRPP SAC (Corazón)	155,760.00
Compañía de Radiodifusión S.A. - América TV	1,430,986.00
Productora Peruana de Información SAC (Canal N)	76,397.92
Andina de Radiodifusión SAC	903,880.00
Radio La Karibeña SAC (La Karibeña)	423,667.20
Radio La Karibeña SAC (Exitosa)	176,433.60
Radio La Karibeña SAC (La Kalle)	186,912.00
CRP Medios y Entretenimiento SAC (radio Moda)	353,056.00
CRP Medios y Entretenimiento SAC (La Inolvidable)	285,560.00
CRP Medios y Entretenimiento SAC (Nueva Q)	311,520.00
Grupo Panamericana de Radios S.A. (Panamericana)	244,826.40
Instituto Nacional de Radio, Televisión del Perú	159,394.00
Paneles Napsa SRL	132,160.00
Iluminity SAC	89,680.00
Fernando Fermor Iglesias	90,001.62
Agenciaperú Producciones SAC (Willax)	61,539.95
<b>Total</b>	<b>8,562,167.97</b>

Fuente: Seace

Si agrupamos a los medios por Grupo Económico, obtenemos los siguientes resultados:



Grupo Económico	Monto adjudicado en S/
Enfoca	1,897,786.72
RPP	1,738,366.56
El Comercio	1,507,383.92
CRP	950,136.00
Albavisión	903,880.00
La Karibeña	787,012.80

Fuente: Seace

De la exposición se desprende que la COMPAÑIA PERUANA DE RADIODIFUSION S.A. (América Televisión Canal 4), ha sido curiosamente la más favorecida con contratos de publicidad, durante el gobierno del señor Ollanta Humala, por beneficiarse de contratos por más de S/ 190'744,488 entre el 2009 al 2016.

Estos cuantiosos contratos, la forma sostenida y de alarmante crecimiento angular de ciertas empresas privilegiadas, nos demuestran que a través de esta forma de actos contractuales se han producido y se producirán graves actos de corrupción.

De igual forma podrían estar asociadas estas formas de contratación a casos emblemáticos de corrupción para inducir la pérdida de imparcialidad y la compra de la línea editorial, y de esta manera privar al país de acceder de manera transparente a los actos de la gestión pública. Además del beneficio indebido de las empresas y funcionarios, conforme se puede advertir en el cuadro siguiente que detalla los procesos exonerados de la Ley de contrataciones que demuestran la exposición, el beneficio, el privilegio, la dependencia y presunciones de total corrupción.

Uno de los hechos recientes es el referido al contrato de los servicios de publicidad por los 100 días de gobierno del Presidente de la Republica Pedro Pablo Kuczynski, contratados en noviembre de 2016 por un monto total de S/ 2'612,117.03.

Nro	Número del Contrato	Fecha de Perfeccionamiento	Fecha de Publicación	Contratista	Monto Contratado S/.
1	52-2016-PCM/OGA	07/11/2016	09/11/2016	CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C.	116,820.00
2	53—2016—PCM/OGA	07/11/2016	08/11/2016	MEDIOS RADTV S.A.C.	101,763.20
3	050—2016-PCM/OGA	07/11/ 2016	14/11/2016	GRUPO RPP SOCIEDAD	238,537.00



				ANONIMA CERRADA	
4	045-2016-PCM/OGA	07/11/2016	14/11/2016	COMPAÑIA PERUANA DE RADIODIFUSION S.A.	744,798.30
5	49-2016-PCM/OGA	07/11/2016	14/11 /2016	PRODUCTORA PERUANA DE INFORMACION S.A.C.	35,906.22
6	044-2016-PCM/OGA	07/11 /2016	10/11/2016	LATINA MEDIA S.A.C.	68517290
7	46—2016—PCM/OGA	07/11/2016	10/11/2016	INSTITUTO NACIONAL DE RADIO, TELEVISION DEL PERU	55,094.20
8	51—2016-PCM/OGA	16/11/2016	21/11/2016	RADIO LA KARIBEÑA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	88,264.00
9	48-2016-PCM/OGA	07/11/2016	14/11/ 2016	ANDINA DE RADIO DIFUSION S.A.C.	280,722.00
10	55-2016-PCM/OGA	24/11/ 2016	29/11/2016	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A.	265,039.21
<b>TOTAL</b>					<b>2'612,117.03</b>

Fuente Seace.

De este total, destacan con mayores montos el contrato N° 055-2016-PCM/OGA, de la Presidencia del Consejo de Ministros con la **Empresa Editorial el Comercio S.A.** los servicios de publicidad por los 100 días de gobierno, por un monto de S/ 265,039.21, utilizando los supuestos establecidos en el Capítulo X, del Artículo 85° Numeral 7° del Reglamento de la Ley de Contrataciones aprobado mediante D.S N° 350-2015-EF.

COMPAÑIA PERUANA DE RADIO DIFUSION S.A. con S/. 744,798.30  
LATINA MEDIA S.A.C. con S/. 685,172.90  
GRUPO RPP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA con S/. 238,537.00 y  
ANDINA DE RADIODIFUSION S.A.C. con S/. 280,722.00.

Que, a lo largo de los años de vigencia de la ley de contrataciones y su reglamento, se han producido diversas modificaciones, inicialmente cuando se encontraba vigente el **Decreto Supremo N° 083-2004-PCM TU0, de la Ley 26850 Ley de Contrataciones, solo estaban exonerada de la Ley de**



**Contrataciones** las publicaciones oficiales que deban hacerse en el Diario Oficial el peruano, por mandato de Ley o norma expresa.

Luego se incorporó a todos los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación televisiva, radial, escrita o cualquier otro medio de comunicación, en la clasificación de Servicios Personalísimos, donde se exigía la entidad contratante sustente objetivamente.

1. Especialidad del proveedor, relacionada con sus conocimientos profesionales, artísticos, científicos o tecnológicos que permitan sustentar de modo razonable e indiscutible su adecuación para satisfacer la complejidad del objeto contractual.
2. Experiencia reconocida en la prestación objeto de la contratación.
3. Comparación favorable frente a otros potenciales proveedores que estén en la capacidad de brindar el servicio.

Que, entre el año 2014 y 2015 se gestiona la Ley Nº **30225, Ley de Contrataciones del Estado, y su Reglamento, aprobado mediante D.S Nº 350-2015-EF**, se suprime todo espacio para que los funcionarios públicos apliquen criterios de racionalidad y proporcionalidad para contratar estos servicios **ya que se dispone la contratación directa de los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación televisiva, radial, escrita o cualquier otro medio de comunicación, para difundir un contenido determinado al público objetivo al que se quiere llegar.**

Resulta que, con la consolidación del portal del OSCE, como medio de publicidad para los procesos de contrataciones del Estado, se suprimió la obligación de publicar las convocatorias y todo lo referido a la contratación en diarios de circulación a nivel nacional y quien asumía la mayor parte de estas publicaciones era el Diario "El Comercio" a pesar que la Ley de Radio y Televisión 28278 (16/08/2004) determina en su Artículo 49º, lo siguiente "**Publicidad estatal equitativa, el Estado, en la contratación de servicios de publicidad, se sujeta a la Ley de Adquisiciones del Estado, las normas del sector público y actúa con criterio de equidad, transparencia y descentralización**"

Que, está demostrado que gestores de interés promovieron la modificación de la ley de contrataciones para facilitar el direccionamiento de las contrataciones, lo que ha permitido realizar gastos irracionales amparados en la impunidad que le otorga las modificaciones ej. En noviembre 2016, el Gobierno actual ha gastado



más de dos millones de soles para publicitar los 100 días de su gobierno.

## JUTIFICACION

El principio de transparencia se encuentra implícito en el Estado democrático y social de Derecho y en la fórmula republicana de gobierno a que aluden los Artículos 3°, 43° y 45° de la Constitución Política del Perú. Ahí donde el poder emana del pueblo, este debe ejercerse no solo en nombre del pueblo sino para el pueblo, conforme a lo dispuesto en el referido Artículo 45°. La puesta en práctica de este principio coadyuva a combatir la corrupción en el Estado y, al mismo tiempo, constituye una herramienta efectiva contra la impunidad del poder permitiendo que los ciudadanos accedan a conocer la forma en que éste se ejerce<sup>4</sup>. Conforme a lo señalado y ante la problemática precedente que señala los excesivos gastos que realizaría el Estado en publicidad, es muy necesario e importante que la población, en concordancia con lo que establece la ley de transparencia<sup>5</sup>, sea informada de la cantidad de dinero que se viene invirtiendo en publicidad estatal, y que se dé cuenta del real gasto que realiza el Estado y si el mismo es proporcional y razonable, ya que muchas veces que este solo favorece extrañamente solo a algunos grupos empresariales que son dueños de estos medios, estando que pocos medios de comunicación son los que resultarían ser "*privilegiados*" de recibir enormes cantidades de dinero, como ya se ha demostrado, por publicar las acciones del gobierno de turno, debiendo con esta información también valorar el ciudadano si este gasto es válido, o debería priorizarse otro destino para la inversión estatal como la construcción de hospitales, colegios o carreteras entre otras obras de mayor relevancia y necesidad.

Como se presenta en el proyecto **no solo basta con informar a la población sobre los costos que genera la publicidad estatal, y publicar estos gastos en los portales del Estado o en el diario "El Peruano"**, como ya lo establecen algunas normas<sup>6</sup>, ya que como también lo señalan los propios defensores de la contratación con medios de comunicación privados, se debe tener presente que los medios de comunicación estatales no tienen la llegada suficiente a toda la población, por lo que **es necesario que esta información del dinero gastado por el Estado (que es de todos los peruanos) se consigne (para que sea visible por la mayoría de personas) en los propios anuncios contratados que se difunden**, creyendo también que los medios de comunicación no tendrían ninguna oposición a que se transparente la información, siendo una forma muy eficaz en la lucha contra la corrupción, evitándose también con esta

<sup>4</sup> EXP. N.° 00566-2010-PHD/TC

<sup>5</sup> Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806 – Ley de Transparencia y Acceso a la información pública

<sup>6</sup> Ley 28278 (Ley de Radio y Televisión) Artículo 49 -Ley que regula la publicidad estatal Ley Nro. 28874



medida que se den favoritismos irregulares e ilegales mediante posibles concertaciones con determinados grupos de poder que manejan algunos medios de comunicación o también la discriminación de otros sectores que no contarían con la publicidad estatal, ante todo esto el ciudadano de a pie podrá apreciar día a día a donde se destina el dinero de todos los peruanos; estando que además no se ocasiona ningún perjuicio ni daño a las entidades privadas que contratan con el Estado y por el contrario la transparencia en la información conviene a todos las partes involucradas.

### **ANALISIS COSTO BENEFICIO**

No genera gastos y no afecta al presupuesto de las entidades públicas. Transparenta las contrataciones del Estado, con terceros. Constituye un beneficio de lucha contra la corrupción, a favor del estado.

### **EFFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA SOBRE LA LEGISLACION NACIONAL**

Contribuye a mejorar los niveles de transparencia en la ejecución del gasto público y a eliminar riesgos de corrupción en las contrataciones que realiza el Estado.