



Carta N° 105-2023/DE/COMEXPERU

Miraflores, 28 de junio de 2023

Congresista

**ROSANGELLA BARBARÁN REYES**

Presidenta de la Comisión de Economía, Banca, Finanzas e Inteligencia Financiera

Congreso de la República

Presente. -

Ref.: Proyecto de Ley 5434/2022-CR, que busca reestablecer el correcto funcionamiento de la publicidad digital.

De nuestra consideración:

Por la presente carta es grato saludarle y dirigirnos a usted a nombre de la Sociedad de Comercio Exterior del Perú – ComexPerú, una organización privada que busca contribuir en la implementación de políticas públicas, con una visión de defensa de principios (libre empresa, libre comercio y promoción de la inversión privada) por sobre intereses particulares, teniendo como objetivo mejorar la calidad de vida del ciudadano. Nuestro trabajo se basa en análisis objetivos, rigurosos y sólida evidencia técnica. Desde ComexPerú nos ponemos a su disposición para aportar en los temas y proyectos que se vean en su Comisión.

En esta oportunidad, hacemos de su conocimiento la posición de ComexPerú sobre el proyecto de ley de la referencia (en adelante, “el Proyecto”), mediante el cual se propone modificar el artículo 3° del Decreto Legislativo N° 943, Ley del Registro Único de Contribuyentes y modificatorias, a fin de eliminar la obligación de estipular el número del RUC y la razón o denominación social de la empresa titular de la marca dentro del material publicitario digital.

Al respecto, quisiéramos saludar la iniciativa legislativa en tanto propone la eliminación de una medida que contraviene la libertad de empresa reconocida en el artículo 59° de la Constitución, y que genera obstáculos para la publicidad digital, la cual tiene como fin promover la oferta de productos y servicios por medio de la exposición y reputación marcaria.

En primer lugar, coincidimos con lo manifestado en la Exposición de Motivos del Proyecto, al considerar que la obligación de estipular el número del RUC y la razón o denominación social dentro del material publicitario digital constituye una desnaturalización de la publicidad digital. Ello debido a que incluir números y nombres distintos a la marca interfiere con el objetivo de publicitar los signos distintivos de la empresa, pudiendo inclusive afectar su reputación marcaria, la cual constituye uno de los activos más importantes de la empresa.

Asimismo, es importante eliminar esta obligación pues limita también la libertad de empresa. Así, el legislador no habría ponderado la afectación que se genera para la empresa titular de la marca en contraposición a los beneficios que se espera obtener con esta exigencia. Si lo que se busca es proteger los derechos de los consumidores, y el bienestar general de la



sociedad, se advierte que estos no se ven necesariamente desprotegidos por la ausencia del número del RUC y la razón o denominación social dentro de la publicidad digital.

Así, tal como lo establece el Proyecto, el origen empresarial del material publicitario lícito puede ser rastreable de igual manera, por intermedio de la titularidad de la marca y/o el lema comercial, existiendo para ello canales virtuales nacionales e internacionales mediante los cuales se puede identificar al titular de una marca y/o lema comercial. Asimismo, en contraposición, se advierte que la publicidad ilícita (dirigida a generar estafas) no cesará necesariamente por la obligación de consignar el RUC y denominación social, pues podría ser fácilmente falsificada, manteniendo su condición de no rastreable.

Por lo expuesto, resulta importante aprobar la modificación propuesta en el Proyecto y retrotraer la norma al texto previo, ello a fin de evitar una vulneración al derecho a la libertad de empresa y a la protección de la propiedad intelectual e industrial.

Quedando a su disposición para remitir o precisar más información al respecto, agradecemos su gentil atención y nos valemos de la ocasión para reiterarle nuestra especial consideración y estima personal.

Atentamente,

**Jessica Luna Cárdenas**  
Directora Ejecutiva