

Aprueban Plan de Estrategia Publicitaria de la campaña de lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas

RESOLUCIÓN DE LA PRESIDENCIA DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL INDECOPI N° 084-2019-INDECOPI-COD

Lima, 20 de junio de 2019

VISTOS:

El Informe N° 004-2019/GPD, el Memorándum N° 073-2019/GPD, el Informe N° 005-2019/GPG, el Memorándum N° 0412-2019/GPG-App, el Informe N° 385-2019/GEL, el Informe N° 056-2019/GEG y el Informe N° 444-2019/GEL; y,

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 4 de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033 y sus modificatorias, establece que el Consejo Directivo es el órgano máximo del INDECOPI;

Que, el literal f) del artículo 5 de la Ley de Organización y Funciones del Indecopi, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1033 y sus modificatorias, establece como facultades del Consejo Directivo del INDECOPI las de planificación y aprobación de las políticas en las materias de competencia institucional y en los asuntos de administración interna;

Que, conforme a lo establecido en el literal a) del artículo 5 del Reglamento de Organización y Funciones del Indecopi, aprobado por el Decreto Supremo N° 009-2009-PCM y sus modificatorias, corresponde al Consejo Directivo del INDECOPI aprobar las políticas institucionales de administración, finanzas, imagen, comunicaciones, relaciones internacionales, planeamiento y de ejecución presupuestaria;

Que, el artículo 3 de la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, establece que la publicidad estatal debe cumplir con los siguientes requisitos: i) Plan de estrategia publicitaria, ii) la Descripción y justificación de la campaña institucional, iii) propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos, y iv) estimación del presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en la campaña;

Que, los literales c) y f) del artículo 4 de la Ley mencionada en el párrafo anterior establecen que los materiales que las entidades y dependencias del Estado difundan, deberán estar orientados de acuerdo a sus objetivos, preferentemente a promover una cultura preventiva en la sociedad y a la difusión de las leyes;

Que, el artículo 5 de la citada Ley que regula la publicidad estatal establece que las entidades y dependencias públicas no podrán erogar recursos presupuestarios en beneficio de un candidato a cargo de elección popular o partido político alguno; además, ningún funcionario podrá aparecer en la campaña publicitaria;

Que, es conveniente señalar que la Ley N° 30793, Ley que regula el gasto de publicidad del Estado Peruano, es inaplicable para el presente caso pues su articulado fue declarado inconstitucional por Sentencia del Tribunal Constitucional de fecha 11 de octubre de 2018 (expedientes acumulados 0012-2018-PI-TC y 0013-2018-PI-TC), por vulneración del derecho a la libertad de información, a la legalidad, a la libertad de contratar con fines lícitos y por vulnerar la regulación constitucional de los decretos de urgencia;

Que, adicionalmente a lo expuesto, resulta importante tener en cuenta que el artículo 1 del Decreto Supremo N° 001-2019-PCM, publicado el 3 de enero de 2019, decreta la convocatoria de Elecciones Municipales Complementarias 2019, señalando como día de la elección el día 7 de julio de 2019; por lo que debe entenderse que el período electoral se encuentra comprendido entre dichas fechas;

Que, atendiendo al contexto existente, corresponde tener en cuenta que el artículo 16 del Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, aprobado por Resolución N° 0078-2018-JNE, establece que ninguna entidad o dependencia pública podrá difundir publicidad estatal durante el periodo electoral, excluyendo de esta prohibición a los organismos del Sistema Electoral;

Que, asimismo, el artículo 18 del Reglamento citado en el párrafo anterior dispone que excepcionalmente, se encuentra justificada la difusión de toda aquella publicidad estatal que se sustente en razón de una impostergable necesidad o utilidad pública;

Que, el artículo 23 de dicho Reglamento dispone que, en caso se trate de mensajes publicitarios a ser difundidos por medios distintos a la radio o la televisión, no requiere autorización previa, pero debe ser reportada en el plazo de siete (7) días hábiles de difundida ante el JEE;

Que, el formato de reporte posterior es presentado por Titular del Pliego o a quien faculte;

Que, los numerales 1 y 2 del artículo 10 del Reglamento que establece disposiciones relativas a la publicidad, publicación de Proyectos Normativos y difusión de Normas Legales de Carácter General, aprobado por Decreto Supremo N° 001-2009-JUS, señalan que deben publicarse obligatoriamente las resoluciones administrativas cuando su contenido proporcione información de interés para los usuarios de los servicios que presta la Administración Pública y cuando su difusión permita establecer mecanismos de transparencia en la gestión pública;

Que, mediante Informes N° 004-2019/GPD-INDECOPI y N° 005-2019/GPD-INDECOPI, la Gerencia de Promoción y Difusión sometió a consideración, la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria de la campaña de lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas;

Que, asimismo, el Plan de Estrategia Publicitaria sustenta la referida campaña en su utilidad pública, porque busca informar a la ciudadanía sobre la importancia y beneficios de leer los octógonos que aparecen en las etiquetas y publicidad de los alimentos procesados y bebidas no alcohólicas; de esta manera el consumidor podrá conocer la composición de los productos y tomar mejores decisiones de compra;

Que, atendiendo a lo expuesto en los considerandos precedentes y teniendo presente los informes emitidos por los órganos técnicos de la entidad, mediante los documentos de Vistos, el Consejo Directivo mediante Acuerdo N° 049-2019 del 28 de mayo de 2019 ha acordado aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria de la campaña de lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas, propuesto por la Gerencia de Promoción y Difusión del INDECOPI;

Con el visto bueno de la Gerencia General, de la Gerencia de Promoción y Difusión y de la Gerencia Legal; y,

De conformidad con lo dispuesto en el numeral 7.2 del artículo 7 de la Ley de Organización y Funciones del INDECOPI, aprobada por el Decreto Legislativo N°1033 y sus modificatorias, en cumplimiento de las funciones otorgadas mediante los literales f) y h) del numeral 7.3 del mismo cuerpo legislativo, con lo prescrito en el artículo 10 del Decreto Supremo N° 001-2009-JUS, que aprueba el Reglamento que establece disposiciones relativas a la publicidad, publicación de Proyectos Normativos y difusión de Normas Legales de Carácter General, y de acuerdo a la Resolución N° 0078-2018-JNE, Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria de la campaña de lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas.

Artículo 2.- Disponer la publicación del Plan de Estrategia Publicitaria de la campaña de lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas, aprobado a través de la presente Resolución, en la página de Intranet, así como en el Portal Institucional del INDECOPI (www.indecopi.gob.pe).

Artículo 3.- Encargar a la Gerencia de Promoción y Difusión realizar las coordinaciones correspondientes y remitir la información pertinente al Jurado Electoral Especial, de corresponder, conforme a lo señalado en la Resolución N° 0078-2018-JNE.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

IVO GAGLIUFFI PIERCECHI

Presidente del Consejo Directivo