



VÍCTOR SEFERINO FLORES RUIZ
Congresista de la República

"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"



**PROYECTO DE LEY QUE PRECISA LA
FUNCIÓN DE LAS MUNICIPALIDADES
EN AUTORIZACIONES DE UBICACIÓN
DE ANUNCIOS, AVISOS PUBLICITARIOS
Y PROPAGANDA POLÍTICA**

El **Grupo Parlamentario Fuerza Popular**, a iniciativa del Congresista de la República **Víctor Seferino Flores Ruiz**, ejerciendo el derecho de iniciativa legislativa que le confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú, en concordancia con lo establecido por los artículos 22 literal c), 67, 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, presenta la siguiente propuesta legislativa:

FÓRMULA LEGAL:

El Congreso de la República ha dado la siguiente Ley:

**LEY QUE PRECISA LA FUNCIÓN DE LAS MUNICIPALIDADES EN
AUTORIZACIONES DE UBICACIÓN DE ANUNCIOS, AVISOS PUBLICITARIOS Y
PROPAGANDA POLÍTICA**

Artículo 1. Objeto de la Ley

La presente ley tiene por objeto, modificar el artículo 79 de la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, con la finalidad de precisar los alcances de las autorizaciones para anuncios, avisos publicitarios y propaganda política.

Artículo 2. Modificación del artículo 79 de la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades

Se modifica el artículo 79 de la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, quedando redactado de la siguiente manera:

"Artículo 79. Organización del espacio físico y uso del suelo

1. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades provinciales:

[...]

1.4. Aprobar la regulación provincial respecto del otorgamiento de licencias y las labores de control y fiscalización, así como del saneamiento de la propiedad predial, de cumplimiento de las municipalidades distritales, en las materias reguladas por los planes antes mencionados, de acuerdo con las normas técnicas de la materia, sobre:

[...]



Firmado digitalmente por:
REVILLA VILLANUEVA Cesar
Manuel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/06/2025 15:52:59-0500
CONGRESO
de la
REPÚBLICA

VÍCTOR SEFERINO FLORES RUIZ
Congresista de la República

"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios, avisos publicitarios y propaganda política en el espacio exterior de un establecimiento o en la vía pública.



Firmado digitalmente por:
CASTILLO RIVAS Eduardo
Enrique FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/06/2025 12:31:05-0500

3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales:

3.6. Normar, regular y otorgar autorizaciones, derechos y licencias, y realizar la fiscalización de:

[...]

3.6.3. Ubicación de anuncios, avisos publicitarios y propaganda política en el espacio exterior de un establecimiento o en la vía pública.

[...]

Artículo 3. Transparencia

Las Municipalidades publican en sus respectivos portales institucionales los requisitos y procedimientos para la autorización de la publicidad exterior.



Firmado digitalmente por:
SANTISTEBAN SUCLUPE
Magally FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/06/2025 11:32:58-0500

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

ÚNICA. Vigencia

Adecuación Las Municipalidades adecuan sus ordenanzas a lo dispuesto en la presente ley, en el plazo de 6 meses de su publicación.

Lima, 05 de junio de 2025



Firmado digitalmente por:
CHACON TRUJILLO Nilza
Ivory FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/06/2025 09:58:41-0500



Firmado digitalmente por:
FLORES RUIZ Victor
Seferino FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 09/06/2025 10:38:33-0500



Firmado digitalmente por:
ALEGRIA GARCIA Luis
Arturo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 09/06/2025 16:47:46-0500



Firmado digitalmente por:
ZETA CHUNGA Cruz Maria
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/06/2025 10:42:52-0500



Firmado digitalmente por:
INFANTES CASTAÑEDA Mery
Biana FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/06/2025 11:13:54-0500



Firmado digitalmente por:
ALEGRIA GARCIA Luis
Arturo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/06/2025 11:22:07-0500



Firmado digitalmente por: Edificio Juan Santos Atahualpa Av. Abancay Cdra. 2 s/n Oficina 301 - Lima
AGUINAGA RECUENCO Calle Marcelo Corne 161 Oficina 201 Urb. San Andrés - Trujillo
Alejandro Aurelio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 10/06/2025 11:03:21-0500
Teléfono: +51 1 3117777 Anexo 7274



CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Lima, 11 de junio de 2025

Según la consulta realizada, de conformidad con el Artículo 77° del Reglamento del Congreso de la República: pase la Proposición **N° 11528/2024-CR** para su estudio y dictamen, a la (s) Comisión (es) de:

1. **DESCENTRALIZACIÓN, REGIONALIZACIÓN, GOBIERNOS LOCALES Y MODERNIZACIÓN DE LA GESTIÓN DEL ESTADO.**



.....
GIOVANNI FORNO FLOREZ
Oficial Mayor
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. Problema que se pretende resolver y fundamentos de la propuesta

1.1. Problemática

La presente iniciativa legislativa tiene como objeto precisar los alcances del inciso 1.4.4 del numeral 1 y el inciso 3.6.3 del numeral 3 del artículo 79 de la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, referidos a las funciones específicas exclusivas de las municipalidades provinciales y distritales, respectivamente, respecto a la ubicación de avisos y anuncios publicitarios en su jurisdicción.

Ello, en atención a las diversas resoluciones de Indecopi que han declarado como barrera burocrática ilegal la exigencia de obtener una autorización para la instalación de anuncios publicitarios al interior de un establecimiento comercial y a la Casación 23799-2017, emitida por la Tercera Sala de Derecho Constitucional y Social Transitoria en junio de 2020, que ha confirmado dicha línea jurisprudencial del Indecopi.

Cabe señalar que la presente iniciativa surge a raíz de la preocupación manifestada por la Cámara de Comercio de Lima, que ha expuesto la problemática antes señalada.

En ese sentido, a efectos de sustentar la fórmula legal propuesta, se presentan los siguientes fundamentos:

1.2. Fundamentos de la propuesta

1.2.1. Importancia de la actividad publicitaria y su regulación en el Perú

La actividad publicitaria es una de las manifestaciones de las libertades de empresa e iniciativa privada¹, mediante las cuales, los agentes económicos no sólo dan a conocer su oferta a potenciales consumidores; sino que, además, brindan información relevante sobre el producto o servicio que ofrecen en el mercado, a fin de poder distinguirse de sus competidores. Esta publicidad puede ejercerse a través de distintos medios: prensa escrita, radial, televisiva, virtual o mediante soportes físicos e infraestructuras publicitarias².

¹ Artículo 19 del Decreto Legislativo N.º 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal

² Indecopi - Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, Resolución N.º 0050-2024/CEB-INDECOPI, Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas en materia de Anuncios Publicitarios, 4. Véase en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6082741/5383505-lineamientos-ceb.pdf?v=1710938855>. Consulta: 11.11.2024.

En los últimos años, la publicidad se ha convertido en un instrumento imprescindible para el desarrollo de la empresa moderna, contribuyendo en gran medida a su crecimiento, mediante el aumento de la demanda de sus productos y la ampliación de su participación en el mercado (Alameda, 2024)³. A nivel internacional, se ha advertido que *"la publicidad ejerce un impacto positivo sobre el crecimiento económico, debido a que toda acción publicitaria implica una distribución de recursos a través de una mejora en la capacidad de compra de la población, que se produce al estimular su predisposición al consumir"*⁴.

Por ejemplo, en el caso peruano, un estudio reciente de JCDcaux Perú ha revelado que el 82% de los visitantes de centros comerciales se ven influenciados por los anuncios que se encuentran en estos espacios⁵. En ese sentido, podemos concluir que la publicidad comercial es un elemento fundamental para que nuestro sistema económico funcione adecuadamente⁶; en consecuencia, sus limitaciones, tanto para la publicidad contenida en medios digitales y físicos, deben encontrarse debidamente sustentadas.

Ahora bien, pese a que el artículo 22 del Decreto Legislativo 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, Decreto Legislativo 1044), establece que la publicidad no está sujeta a algún tipo de validación o autorización previa por parte del Estado; la Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, establece que las municipalidades provinciales y locales tienen la función de autorizar la ubicación de los avisos publicitarios:

"LEY N° 27972, LEY ORGÁNICA DE MUNICIPALIDADES

Artículo 79.- Organización del espacio físico y uso del suelo.

Las municipalidades, en materia de organización del espacio físico y uso del suelo, ejercen las siguientes funciones: [...]

-
- ³ David Alameda-García et al., "El sector publicitario en su triple vertiente económica, estructural y cultural" Palabra Clave 16, no. 1 (2013): 182-214. Véase en: <https://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2215/3087#:~:text=La%20publicidad%2C%20como%20instrumento%20para%20participaci%C3%B3n%20en%20el%20mercado>. Consulta: 11.11.2024.
- ⁴ Marco Villarroya y Emma Mendoza, "Un enfoque a la percepción de la publicidad: ¿gasto o inversión?" Revista Publicando 4, no. 12 - 2 (2017): 536. Véase en: <https://core.ac.uk/download/pdf/236644721.pdf>. Consulta: 11.11.2024.
- ⁵ Sociedad Peruana de Marketing, "#ArticulosSPM: Hábitos y percepción de la publicidad en centros comerciales", 18 de octubre de 2024. Véase en: <https://spm.org.pe/articulos/4232-2/>. Consulta: 11.11.2024.
- ⁶ Juan Espinoza y Pierino López, *Normas de la publicidad: comentarios, precedentes jurisprudenciales* (Editorial Rodhas, 2006), 219. Véase en: <https://revistas.indecopi.gob.pe/index.php/rcpi/article/view/27>. Consulta: 11.11.2024.

1. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades provinciales:

[...]

1.4. Aprobar la regulación provincial respecto del otorgamiento de licencias y las labores de control y fiscalización, así como del saneamiento de la propiedad predial, de cumplimiento de las municipalidades distritales, en las materias reguladas por los planes antes mencionados, de acuerdo con las normas técnicas de la materia, sobre: [...]

1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios y avisos publicitarios y propaganda política.

[...]

3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales:

[...]

3.6. Normar, regular y otorgar autorizaciones, derechos y licencias, y realizar la fiscalización de: [...]

3.6.3. Ubicación de avisos publicitarios y propaganda política.

[...]”

Como se puede observar, la competencia asignada a las municipalidades provinciales y distritales respecto a los anuncios publicitarios se encuentra referida a la organización del espacio físico y uso del suelo de su jurisdicción, mas no al análisis del contenido o mensaje que se incluye en los mismos, en tanto su contenido debe ser producto de la libertad de expresión y libre iniciativa privada del empresario⁷. Por el contrario, la única autoridad que tiene competencia para controlar el contenido del mismo, de manera posterior, es el Indecopi, a través de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal, acorde a lo estipulado en el Decreto Legislativo N° 1044.

⁷ Indecopi - Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, Resolución N° 0050-2024/CEB-INDECOPI, Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas en materia de Anuncios Publicitarios, 4. Véase en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6082741/5383505-lineamientos-ceb.pdf?v=1710938855>. Consulta: 11.11.2024.

1.2.2. Barreras burocrática

Acorde a lo que señala Indecopi, una de las materias más denunciadas ante la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas (CEB) es aquella relacionada a *"exigencias, requisitos, limitaciones, prohibiciones y cobros que imponen las municipalidades a los agentes económicos para conceder autorizaciones para la ubicación e instalación de anuncios publicitarios en sus circunscripciones territoriales"*⁸. Dentro de ellas se encuentra la exigencia de tramitar una autorización municipal para la instalación de anuncios publicitarios en establecimientos comerciales materializada en diversas Ordenanzas Municipales de Lima y provincia.

Al respecto, destaca la Resolución 0110-2015/CEB-INDECOPI, la cual declaró barrera burocrática ilegal la exigencia de obtener una autorización para la ubicación de anuncios y avisos publicitarios para sus locales ubicados al interior de centros comerciales, materializada en el literal b), numeral 2) del artículo 8º de la Ordenanza Municipal 1094-MML⁹.

Dentro de sus fundamentos, Indecopi señaló que lo establecido en el artículo 79 de la Ley 27972 se encuentra referido a las competencias municipales en materia de zonificación, urbanismo y de acondicionamiento territorial; por lo que, las autorizaciones municipales de anuncios *"deben encontrarse referidas estrictamente a determinar la idoneidad en la ubicación de las estructuras o soportes publicitarios (avisos o anuncios) y que exista algún tipo de afectación al ornato de la ciudad"*¹⁰.

En consecuencia, se concluyó que las municipalidades son competentes para autorizar la ubicación de publicidad exterior, en tanto éstas pretendan ser colocadas (i) en áreas de dominio público, como calles, avenidas, entre otros; o, (ii) en bienes de dominio privado, como establecimientos comerciales, siempre que los anuncios se encuentren ubicados al exterior del mismo (en las áreas libres, parámetros exteriores, aires de la edificación o en algún área con frente a áreas de circulación de uso público)¹¹.

Cabe destacar que esta Resolución tuvo especial implicancia en la redacción de los nuevos Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas sobre restricciones en la ubicación de anuncios publicitarios, aprobados mediante Resolución 0576-2015/CEB-INDECOPI del 12 de julio de 2016¹²; pues, se estableció como una de las reglas a tomar

⁸ Ibidem, 2.

⁹ Indecopi - Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, Resolución N° 0110-2015/CEB-INDECOPI, 1.

¹⁰ Ibidem, 11.

¹¹ Ibidem, 10.

¹² Véase en: <https://www.gob.pe/institucion/indecopi/normas-legales/3462559-resolucion-n-0576-2015-ceb-indecopi>. Cabe destacar que mediante Resolución N° 0050-2024/CEB-INDECOPI, del 09 de febrero de 2024, la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas dejó sin efecto dicho lineamiento.

en cuenta en las regulaciones en materia de ubicación de anuncios publicitarios el "no exigir la obtención de una autorización por la simple exposición de mensajes publicitarios que no afecten materias urbanísticas"¹³.

Ahora bien, este criterio también ha sido adoptado en otros pronunciamientos de Indecopi: Resolución 0283-2013/CEB-INDECOPI, Resolución 0796-2014/SDC-INDECOPI, Resolución 0298-2019-CEB-INDECOPI, Resolución 0485-2021-SEL-INDECOPI¹⁴, en los cuales se ha señalado, además, que las competencias de las municipalidades sobre esta materia *"recaen sobre los anuncios ubicados en bienes privados o en la vía pública que se ubique en el exterior"*¹⁵.

Asimismo, recientemente la Sala Especializada en Eliminación de Barreras Burocrática del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual de Indecopi ha confirmado la Resolución 0001-2023/CEB-INDECOPI-LAM, la cual declaró como barrera burocrática ilegal la exigencia de solicitar una autorización para la instalación de anuncios publicitarios ubicados al interior de galerías, centros comerciales y demás establecimientos, materializada en el artículo 31 de la Ordenanza Municipal 011- 2015-MPCH/A.

En esta resolución se señala que el fundamento de que el artículo 79 de la Ley 27972 se encuentra referido a las competencias municipales en materia de zonificación, urbanismo y de acondicionamiento territorial, tiene especial concordancia con lo resuelto por el Tribunal Constitucional en la Sentencia Recaída en el Expediente 0003-2009-PCC/TC, pues en éste último se advirtió que la Ley 27972 desarrolla de manera específica lo señalado en el inciso 6) del artículo 195 de la Constitución, que establece la competencia municipal en materia de zonificación, urbanismo y de acondicionamiento territorial¹⁶.

¹³ Indecopi - Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, Resolución N° 0576-2015/CEB-INDECOPI, Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas en materia de Anuncios Publicitarios, 16. Véase en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3621405/CEB%20-%20Lineamientos%20de%20la%20Comision%20de%20Eliminacion%20de%20Barreras%20Burocraticas> Consulta: 11.11.2024.

¹⁴ Si bien es cierto que esta Resolución revocó la Resolución N° 0298-2019/CEB-INDECOPI que declaró barrera burocrática la exigencia de obtener una autorización para la instalación de anuncios y avisos publicitarios para los locales comerciales que se encuentran ubicados en el interior de galerías comerciales, centros comerciales, campos feriales y mercados con frente a las áreas comunes de circulación de uso público, ubicado en la jurisdicción del Cercado de Lima así como en toda la provincia de Lima, contenida en el inciso b), numeral 2) del artículo 8 y en el numeral 2) del artículo 9 de la Ordenanza Municipal 1094-MML, esta solo fue por *cuestiones de forma y no fondo*; por lo que la Sala Especializada en Eliminación de Barreras Burocráticas dispuso que la Secretaría Técnica de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas evalúe la pertinencia de un procedimiento de oficio.

¹⁵ Indecopi - Comisión de la Oficina Regional del Indecopi de Lambayeque, Resolución Final N° 0001-2023/CEB-INDECOPI-LAM, 22.

¹⁶ Tribunal Constitucional, Sentencia recaída en el Expediente N° 0003-2009-PCC/TC, fundamento 8. Véase en: <https://tc.gob.pe/jurisprudencia/2010/00003-2009-CC.html>. Consulta: 11.11.2024.

Adicionalmente a ello, se hace especial referencia a la Casación 23799-2017, emitida por la Tercera Sala de Derecho Constitucional y Social Transitoria, la cual ha confirmado la línea jurisprudencial de Indecopi, al precisar que *"las autorizaciones destinadas a regular los anuncios publicitarios en locales ubicados dentro de galerías comerciales, centros comerciales o mercados, sólo resultarán exigibles respecto de aquellos elementos publicitarios situados en la parte exterior de estos lugares"*¹⁷.

No obstante, pese a que la exigencia de solicitar una autorización para la instalación de anuncios publicitarios ubicados al interior de galerías, centros comerciales y demás establecimientos materializada en el artículo 31 de la Ordenanza Municipal 011- 2015-MPCH/A, ha sido declarada como barrera burocrática con efectos generales (es decir, en favor de todos los agentes económicos y/o ciudadanos afectados por la misma barrera burocrática); ello sólo aplica para la exigencia contenida en el artículo 31 de la Ordenanza Municipal 011- 2015-MPCH/A.

En otras palabras, al declarar la inaplicación con efectos generales dicha barrera burocrática ilegal, *"se evita el inicio de procedimientos administrativos idénticos por parte de los ciudadanos a los cuales se les pretenda aplicar la exigencia cuestionada, con el consiguiente ahorro de recursos para los administrados, quienes no tendrán que iniciar procedimiento administrativo respecto del cual ya conocen la decisión del INDECOP"*¹⁸.

Sin embargo, ello no significa que dicha decisión se aplique a la misma exigencia establecida por otro municipio, en tanto, al tratarse de otra autoridad administrativa, nos encontraríamos frente a otra barrera burocrática. En ese sentido, mientras no se cuestione la legalidad o razonabilidad de esta nueva barrera, será aplicable a todos los administrados que se encuentren dentro de la jurisdicción de la Municipalidad que emita la Ordenanza.

Por lo tanto, ante la necesidad de precisar los alcances de las autorizaciones para anuncios y avisos publicitarios y evitar una innecesaria carga procesal del Indecopi con pronunciamientos sobre la misma materia, consideramos necesario modificar el artículo 79 de la Ley Orgánica de Municipalidades, precisando que las funciones relativas a las autorizaciones para ubicación de anuncios se encuentran limitadas a aquellas que afecten materias urbanísticas; es decir, a la publicidad exterior.

¹⁷ Poder Judicial - Tercera Sala de Derecho Constitucional y Social Transitoria, Casación N° 23799-2017, fundamento 6.12.

¹⁸ Exposición de Motivos del Decreto Legislativo N° 1256, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Prevención y Eliminación de Barreras Burocráticas, 11. Véase en: <https://spij.minjus.gob.pe/Graficos/Peru/2016/Diciembre/08/EXP-DL-1256.pdf>. Consulta: 11.11.2024.

Debemos recordar que el fin público que se pretende tutelar con la exigencia de la autorización para ubicación de anuncios es la *"protección del ornato en materia de urbanismo, el cual pued[e] ser afectado a través de la colocación de estructuras publicitarias con el impacto en las vías públicas"*¹⁹; por lo que no toda publicidad ubicada dentro de establecimientos comerciales deberá estar sujeta a una autorización municipal.

II. Antecedentes legislativos

2.1. Marco Normativo

2.1.1. Constitución Política del Perú de 1993

La Constitución Política del Perú, establece la importancia de la actividad empresarial y garantiza su normal funcionamiento:

Artículo 59. El Estado estimula la creación de riqueza y garantiza la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, ni a la salud, ni a la seguridad públicas. El Estado brinda oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad; en tal sentido, promueve las pequeñas empresas en todas sus modalidades.

Artículo 60. El Estado reconoce el pluralismo económico. La economía nacional se sustenta en la coexistencia de diversas formas de propiedad y de empresa.

Sólo autorizado por ley expresa, el Estado puede realizar subsidiariamente actividad empresarial, directa o indirecta, por razón de alto interés público o de manifiesta conveniencia nacional.

La actividad empresarial, pública o no pública, recibe el mismo tratamiento legal.

En tal sentido, podemos concluir que el Estado facilita y promueve el desarrollo de toda iniciativa privada, y ello en razón de su rol como garante del bien común, incentivando la inversión, la innovación y la generación de empleo, en un marco de legalidad, equidad y responsabilidad social.

¹⁹ Indecopi - Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, Resolución N° 0576-2015/CEB-INDECOPI, Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas en materia de Anuncios Publicitarios, 16. Véase en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3621405/CEB%20-%20Lineamientos%20de%20la%20Comision%20de%20Eliminacion%20de%20Barreras%20Burocraticas> Consulta: 11.11.2024.

2.1.2. Ley 27972, Ley Orgánica de Municipalidades

La referida ley, establece normas para la creación, organización, y funcionamiento de las municipalidades en el país, sobre todo establece las funciones y atribuciones de acuerdo a su circunscripción.

2.1.3. Decreto Legislativo 1256, Ley de prevención y eliminación de barreras burocráticas

Es la normativa que supervisa y elimina obstáculos que impiden el ejercicio de la libre empresa y la iniciativa privada.

2.1.4. Decreto Legislativo 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal

Es la que regula acerca de la prohibición de las conductas que perjudican la competencia, con el objetivo de proteger la competencia en el mercado y garantizar el adecuado funcionamiento del proceso competitivo

2.2. Propuestas legislativas

Durante el periodo 2021-2026, no se han presentado iniciativas legislativas similares.

III. Efectos de la norma en la legislación nacional

La entrada en vigencia de la presente iniciativa legislativa traerá como consecuencia la modificación de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, respecto a los artículos que se detallan en la siguiente tabla:

Texto actual	Propuesta de modificación
Artículo 79.- Organización del espacio físico y uso del suelo	
Las municipalidades, en materia de organización del espacio físico y uso del suelo, ejercen las siguientes funciones:	
1. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades provinciales:	1. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades provinciales:
[...]	[...]
1.4. Aprobar la regulación provincial respecto del otorgamiento de licencias y las labores de control y fiscalización, así como del saneamiento de la	1.4. Aprobar la regulación provincial respecto del otorgamiento de licencias y las labores de control y fiscalización, así como del saneamiento de la

propiedad predial, de cumplimiento de las municipalidades distritales, en las materias reguladas por los planes antes mencionados, de acuerdo con las normas técnicas de la materia, sobre: [...] 1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios y avisos publicitarios y propaganda política. [...].	propiedad predial, de cumplimiento de las municipalidades distritales, en las materias reguladas por los planes antes mencionados, de acuerdo con las normas técnicas de la materia, sobre: [...] 1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios, avisos publicitarios y propaganda política en el espacio exterior de un establecimiento o en la vía pública. [...].
3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales: [...] 3.6. Normar, regular y otorgar autorizaciones, derechos y licencias, y realizar la fiscalización de: [...] 3.6.3. Ubicación de avisos publicitarios y propaganda política. [...].	3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales: [...] 3.6. Normar, regular y otorgar autorizaciones, derechos y licencias, y realizar la fiscalización de: [...] 3.6.3. Ubicación de anuncios, avisos publicitarios y propaganda política en el espacio exterior de un establecimiento o en la vía pública. [...].



IV. Análisis costo beneficio

4.1. Identificación de los sectores que se beneficiarán o perjudicarán

Actores	Beneficios	Perjuicio
Empresas privadas	- Mayor seguridad jurídica - Procedimientos más claros para la instalación de anuncios y avisos.	Ninguno
Municipalidades provinciales y distritales	- Mayor claridad en sus competencias sobre autorizaciones de anuncios y propaganda.	Ninguno

4.2. Impacto económico

El impacto económico del presente proyecto consiste:

- Con procedimientos más claros y sin existir barreras burocráticas, existirá mayor inversión en el sector de publicidad.
- Generará beneficios sociales y económicos a los agentes económicos y a la ciudadanía en general, al eliminar la posibilidad de que las municipalidades a nivel nacional exijan, de manera ilegal, una autorización para la ubicación de elementos de publicidad dentro de establecimientos comerciales.

4.3. Efectos monetarios y no monetarios

Además del impacto económico, el presente proyecto no acarrea efectos monetarios y no monetarios.

4.4. Impacto presupuestal

La iniciativa legislativa no genera gasto al erario público, ya que se trata de un proyecto de ley que no dispone el uso de recursos presupuestales.

V. La agenda legislativa y el acuerdo nacional

5.1. Vinculación con la agenda legislativa 2024-2025

La presente iniciativa se enmarca en el objetivo I "DEMOCRACIA Y ESTADO DE DERECHO", tema 27: "REGULACIÓN REFERIDA A LA

DESCENTRALIZACIÓN Y FUNCIONES EN LOS DISTINTOS NIVELES DE GOBIERNO".

5.2. Vinculación con el Acuerdo Nacional

La presente iniciativa se ubica con la política de Estado que prescribe respecto a la Descentralización política, económica y administrativa para propiciar el desarrollo integral, armónico y sostenido del Perú

Con este objetivo el Estado:

(a) apoyará el fortalecimiento administrativo y financiero de los gobiernos regionales y locales (b) institucionalizará la participación ciudadana en las decisiones políticas, económicas y administrativas; (c) promoverá la eficiencia y transparencia en la regulación y provisión de servicios públicos, así como en el desarrollo de infraestructura en todos los ámbitos territoriales; (d) establecerá una clara delimitación de funciones, competencias y mecanismos de coordinación entre los tres niveles de gobierno; (e) desarrollará plataformas regionales de competitividad orientadas al crecimiento de las economías locales y regionales; (f) desarrollará una estructura de captación de recursos fiscales, presupuestales y del gasto público que incluyan mecanismos de compensación para asegurar la equitativa distribución territorial y social, en un marco de estabilidad macroeconómica y de equilibrio fiscal y monetario; (g) incorporará los mecanismos necesarios para mejorar la capacidad de gestión, la competencia y la eficiencia de los entes públicos y privados, así como la competitividad de las empresas y las cadenas productivas en los niveles nacional, regional y local; (h) favorecerá la conformación de espacios macro regionales desde una perspectiva de integración geoeconómica; (i) favorecerá el asociacionismo intermunicipal e interregional para el tratamiento de temas específicos; (j) fomentará el acceso al capital en los niveles regional y local, particularmente para la micro, pequeña y mediana empresa; y (k) fomentará mecanismos de compensación presupuestal para casos de desastre natural y de otra índole, de acuerdo al grado de pobreza de cada región.

Lima, 05 de junio de 2025