JAVIER CIPRIANI THORNE
DIPUTADO
CONGRESO DE LA REPÚBLICA

CÁMARA DE DIPUTADOS
ÁREA DE TRÁMITE DOCUMENTARIO
RECIBIDO
PROPOSICIÓN LEGISLATIVA
00580-2026-2031-CD
RU 40478-CD
13 OCTUBRE 2026 02:59 p. m.
FIRMADO DIGITALMENTE: ASABARIAN

PROPOSICIÓN LEGISLATIVA QUE REGULA LOS DERECHOS DE DENOMINACIÓN COMERCIAL SOBRE INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA PÚBLICA PARA CONTRIBUIR A SU MANTENIMIENTO, SEGURIDAD Y CONSERVACIÓN

El diputado Javier Cipriani Thorne, integrante del Grupo Parlamentario Renovación Popular, en ejercicio de las facultades que les confiere el artículo 107 de la Constitución Política del Perú y de conformidad con lo establecido en los artículos 98 y 107 del Reglamento de la Cámara de Diputados del Congreso de la República, presenta la siguiente propuesta legislativa:

I. FÓRMULA LEGAL

LEY QUE REGULA LOS DERECHOS DE DENOMINACIÓN COMERCIAL SOBRE INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA PÚBLICA PARA FINANCIAR SU MANTENIMIENTO, SEGURIDAD Y REMODELACIÓN

Artículo 1.- Objeto de la Ley.
La presente ley tiene por objeto regular el otorgamiento oneroso y temporal de derechos de denominación comercial sobre infraestructura deportiva pública con la finalidad de generar ingresos adicionales que contribuyan a su mantenimiento, conservación, seguridad, accesibilidad y equipamiento, preservando su denominación oficial y su uso público.

Artículo 2.- Ámbito

2.1 La presente ley se aplica a los estadios, coliseos, complejos y demás recintos deportivos de titularidad del Instituto Peruano del Deporte, de los gobiernos regionales y de los gobiernos locales.
2.2 El derecho es otorgado por la entidad titular, mediante sus órganos competentes. Cuando lo otorgue una entidad administradora distinta de la titular, requiere autorización expresa y previa de esta última y compatibilidad con el título que habilita su administración.
2.3 El otorgamiento respeta las competencias y aprobaciones establecidas en las normas de organización de cada entidad y el régimen jurídico de la infraestructura.

Firmado digitalmente por: CIPRIANI THORNE Javier Jose Maria FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 2026/10/13 14:09:19-0500

Artículo 3.- Definiciones

Para los fines de la presente ley, se entiende por:

a) **Derecho de denominación comercial:** facultad temporal y onerosa de asociar una marca a la denominación de un recinto deportivo público, sin sustituir el nombre oficial en los actos del Estado.
b) **Denominación oficial:** nombre institucional del recinto establecido por la autoridad competente.
c) **Denominación comercial del recinto:** fórmula que combina la denominación oficial con la marca autorizada, en los términos del contrato.
d) **Entidad otorgante:** entidad pública competente para otorgar el derecho conforme al artículo 2.
e) **Adjudicatario:** persona jurídica que obtiene el derecho y acredita la titularidad de la marca o facultades suficientes para autorizar su uso durante la vigencia contractual.

Artículo 4.- Principios

El otorgamiento del derecho se rige por los siguientes principios:

a) Inalienabilidad e imprescriptibilidad del bien de dominio público.
b) Prevalencia del uso deportivo, recreativo y de educación física del recinto.
c) Aprovechamiento económico conforme al artículo 73 de la Constitución.
d) Concurrencia, transparencia e igualdad de trato.

Artículo 5.- Naturaleza del derecho

5.1 El derecho de denominación comercial es un contrato administrativo de aprovechamiento económico de carácter temporal. No transfiere la propiedad, posesión ni administración del recinto ni confiere derechos reales sobre el inmueble.
5.2 Su ejercicio no autoriza al adjudicatario a restringir los usos deportivos autorizados, vetar eventos ni intervenir en las competencias de la entidad responsable.
5.3 La denominación oficial se conserva en los actos y documentos oficiales y permanece identificable en la señalización del recinto.
5.4 Cuando una operación comprenda derechos sobre el inmueble u obligaciones distintas de las reguladas en esta ley, dichos componentes se sujetan a la normativa que les corresponda.

Artículo 6.- Contenido del derecho

6.1 El contrato determina los soportes, espacios y condiciones en los que puede utilizarse la denominación comercial y la marca autorizada, así como las obligaciones de instalación, conservación y retiro de los elementos publicitarios.

6.2 Puede pactarse exclusividad por categoría comercial, limitada a los derechos que la entidad otorgante se encuentre facultada para conceder, sin afectar derechos previamente reconocidos a terceros.
6.3 La instalación de elementos publicitarios se sujeta a las autorizaciones y condiciones de seguridad y accesibilidad exigidas por la normativa aplicable.
6.4 No forma parte del derecho la facultad de vetar eventos deportivos oficiales ni de imponer el nombre comercial en resoluciones o documentos de la Administración Pública.

Artículo 7.- Procedimiento de otorgamiento del derecho de denominación comercial

7.1 El derecho se otorga mediante concurso público, con bases que establecen su alcance, la contraprestación mínima, los requisitos de participación, el plazo, las condiciones contractuales y los criterios objetivos de evaluación.
7.2 La adjudicación considera la oferta económica entre los participantes que cumplan los requisitos establecidos en las bases y las restricciones previstas en el artículo 9.
7.3 No procede la adjudicación directa ni la utilización de convenios u otros instrumentos para eludir el concurso. Declarado desierto, puede efectuarse una nueva convocatoria, previa revisión sustentada de las bases y de la valoración comercial.
7.4 Para el otorgamiento exclusivo del derecho regulado en esta ley, el concurso constituye el procedimiento competitivo de selección. No se exige un segundo procedimiento de selección por el mismo objeto, sin perjuicio de las competencias, aprobaciones y actuaciones patrimoniales legalmente exigibles.
7.5 La convocatoria, las bases, el resultado y el contrato, incluidas sus modificaciones, se publican en el portal institucional, conforme a la normativa de transparencia.
7.6 El reglamento desarrolla las etapas del concurso, las condiciones de valoración comercial y los mecanismos de revisión de sus decisiones.

Artículo 8.- Plazo, renovación y caducidad

8.1 El plazo máximo de duración del contrato es de diez (10) años. Cabe una sola renovación, por hasta cinco (5) años adicionales, previa evaluación de cumplimiento, actualización del precio y acuerdo expreso. La renovación no es automática.
8.2 Las bases y el contrato establecen las obligaciones esenciales, las causales de resolución, los plazos de subsanación cuando correspondan y los mecanismos de solución de controversias conforme al ordenamiento jurídico.
8.3 Son causales de resolución el incumplimiento grave de las obligaciones contractuales, la utilización de la marca en contravención del artículo 9 y la pérdida de las facultades o condiciones legales indispensables para continuar el contrato.

8.4 La resolución requiere comunicación al adjudicatario, oportunidad de contradicción y decisión motivada.
8.5 Las bases y el contrato establecen las condiciones de terminación anticipada por razones de interés público debidamente acreditadas y sus consecuencias económicas, conforme al ordenamiento jurídico.
8.6 Extinguido el contrato, cesa el uso autorizado de la marca. El adjudicatario asume el retiro de los soportes y las reparaciones que le sean imputables, en las condiciones contractuales.

Artículo 9.- Restricciones e impedimentos

9.1 La denominación comercial y los elementos publicitarios se sujetan a las prohibiciones y restricciones vigentes sobre publicidad, promoción y patrocinio, protección de niños y adolescentes y propiedad industrial.
9.2 No pueden utilizarse para difundir propaganda electoral, promover organizaciones políticas o candidaturas, ni para realizar proselitismo religioso mediante la denominación del recinto.
9.3 En recintos de uso predominantemente escolar o destinado a niñas, niños y adolescentes, no se autoriza la asociación de su denominación con marcas de bebidas alcohólicas ni de juegos de azar o apuestas.
9.4 No pueden participar las personas jurídicas sujetas a una inhabilitación o impedimento vigente aplicable a la celebración del contrato. No se establecen impedimentos adicionales por sanciones anteriores que carezcan de ese efecto jurídico.

Artículo 10.- Recursos, destino y transparencia

10.1 Los ingresos derivados del otorgamiento de derechos de denominación comercial son recursos públicos de la entidad concedente. Su incorporación al presupuesto, registro y ejecución se realizan conforme a la normativa presupuestaria, de tesorería y contabilidad, respetando el destino establecido en este artículo.
10.2 Estos ingresos se destinan exclusivamente al mantenimiento, rehabilitación, seguridad, accesibilidad y equipamiento de infraestructura deportiva pública. No menos del ochenta por ciento de los ingresos percibidos se destina al recinto que los genera.
10.3 El saldo se destina a otras instalaciones deportivas públicas de titularidad de la misma entidad, para las finalidades señaladas en el numeral 10.2.
10.4 Los ingresos regulados en este artículo no pueden destinarse al pago de planillas ni a actividades o gastos distintos de las finalidades expresamente previstas.
10.5 La entidad identifica estos ingresos y su aplicación mediante los mecanismos de registro existentes y publica anualmente en su portal de transparencia los montos percibidos, su ejecución y las intervenciones financiadas.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA MODIFICATORIA

ÚNICA. - Modificación de los artículos 84 y 85 de la Ley 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte
Se modifica los artículos 84 y 85 de la Ley 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, en los siguientes términos:

"**Artículo 84.- Recursos del Instituto Peruano del Deporte**

Son recursos públicos del Instituto Peruano del Deporte los siguientes:

[…]

3. Los obtenidos por el arrendamiento de su infraestructura deportiva, **de** espacios publicitarios, **por el otorgamiento de derechos de denominación comercial, y por** otros bienes y servicios **bajo su administración**. […]".

"Artículo 85.- Espacios publicitarios y denominación comercial

El Instituto Peruano del Deporte puede adjudicar en arrendamiento y bajo cualquier modalidad reglamentada, los espacios publicitarios de su infraestructura deportiva.
Asimismo, puede otorgar derechos de denominación comercial sobre dicha infraestructura conforme a la ley que regula esta modalidad."

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA FINAL

PRIMERA. - Reglamentación y adecuación normativa
El Poder Ejecutivo aprueba el reglamento de la presente ley mediante decreto supremo refrendado por el ministro de Educación, en un plazo no mayor de ciento veinte (120) días calendario contado desde su entrada en vigor.

Su elaboración cuenta con la participación del Instituto Peruano del Deporte y la opinión del Ministerio de Economía y Finanzas y de la Superintendencia Nacional de Bienes Estatales en sus respectivas competencias.

En el mismo plazo se adecúa, en lo que corresponda, el Reglamento de la Ley 28036, aprobado por el Decreto Supremo 018-2004-PCM.

SEGUNDA. - Habilitación para gobiernos regionales y locales

Los gobiernos regionales y los gobiernos locales pueden otorgar derechos de denominación comercial sobre la infraestructura deportiva de su titularidad, observando la presente ley, la Ley 29151, Ley General del Sistema Nacional de

Bienes Estatales, y sus normas de organización y funciones. No requieren autorización del Instituto Peruano del Deporte cuando son titulares del predio.

TERCERA. - Implementación

La implementación se realiza con cargo a los presupuestos institucionales de las entidades comprendidas, sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público y con sujeción a las disposiciones presupuestarias vigentes.

CUARTA. – Aplicación del procedimiento

Los concursos públicos previstos en la presente ley se convocan a partir de la entrada en vigor de su reglamento.

Lima, octubre de 2026

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: ROCHA GALLEGOS Roxana Maria FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 12/10/2026 16:09:02-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: DE PAZ LANCHO Leo Miguel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 12/10/2026 16:28:49-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: CIPRIANI THORNE Javier Jose Maria FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 12/10/2026 09:51:40-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: BRAVO QUISPE Aldo Antonio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 12/10/2026 17:02:12-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: MARTINEZ PAITAN Paola Isabel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 12/10/2026 17:27:33-0500

FIRMA DIGITAL
Firmado digitalmente por: BAZAN CALDERON Diego Alonso Fernando FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 12/10/2026 17:34:41-0500

II. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

II.1 ANTECEDENTES LEGISLATIVOS

- Ley 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte.
- Decreto Supremo 018-2004-PCM, que aprueba el Reglamento de la Ley 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte.
- Decreto Supremo Nº 019-2019-VIVIENDA, Decreto Supremo que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley Nº 29151, Ley General del Sistema Nacional de Bienes Estatales.
- Ley 30479, Ley de Mecenazgo Deportivo

II.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA PÚBLICO

- **Problema Público**

El Estado peruano destina recursos públicos al mantenimiento, conservación, seguridad, accesibilidad y equipamiento de estadios, coliseos y complejos deportivos. En la práctica, muchas de estas instalaciones presentan deterioro, déficit de conservación y dependencia casi exclusiva del presupuesto ordinario el cual muchas veces no es suficiente para mantener en buen estado la infraestructura estatal. Por ejemplo, el Estadio Nacional a pesar de ser el principal estadio del país cuenta con serios signos de deterioro tanto en la fachada (Se encuentra oxidado) como en el interior (cancha de fútbol maltratada, pisos quebrados, carteles y señalización deteriorada).

Al mismo tiempo, el sector privado está dispuesto a pagar por asociar su marca a recintos de alta visibilidad. Esa práctica ya existe en el fútbol peruano de titularidad privada como es el caso de el “Estadio Monumental U Marathon”, y se puede enumerar diversos recintos de otros países que emplean el mismo sistema para generar más ingresos. En el Perú, **la ausencia de un marco específico genera incertidumbre jurídica**. Se sabe que no está prohibido, pero tampoco está regulado de forma expresa el otorgamiento de un derecho de denominación comercial sobre un estadio o coliseo estatal.

Remitiéndose a la legislación peruana, el artículo 85 de la Ley 28036 solo habilita el arrendamiento de espacios publicitarios para generar ingresos. Esa laguna desalienta contratos de largo plazo, impide afectar los ingresos de manera cierta al mantenimiento y deja la materia sujeta a interpretaciones administrativas dispersas que debe plantearse una solución en beneficio del deporte peruano que necesita infraestructura de primer nivel para seguir mejorando a nivel mundial. El problema público, por tanto, no se limita a la existencia de brechas de conservación. Consiste también en la falta de un título legal, de un procedimiento competitivo predecible y de una regla de afectación que convierta un activo intangible del Estado en financiamiento de la misma infraestructura.

- **Evidencia**

- Observaciones de los Informes de control de la Contraloría General de la República sobre el Estadio Nacional (2026): deterioro del césped y de la pista atlética asociado a eventos no deportivos; en la inspección de abril, cerca del 90 % del campo sin césped; oxidación y corrosión en estructuras metálicas de tribunas con riesgo de carga; presupuesto de S/ 700 000 para el césped sin convocatoria oportuna del procedimiento[1]. Lo que también se puede evidenciar es que el Estado peruano se enfoca mucho en la construcción del recinto deportivo, pero luego para refaccionarlo y mantenerlo no le destina los suficientes recursos, lo cual la presente proposición legislativa busca solucionar en beneficio del deporte peruano.
- Si el Estadio Nacional que es el principal recinto deportivo del país se encuentra de esa manera, se puede verificar que los otros recintos están incluso peor. Por ejemplo, la Contraloría advirtió que en recintos del interior (Huancayo y otros) hay fisuras en graderías, pistas ilegibles, cercos destruidos y ausencia de certificados de inspección vigente[2].
- Brechas persistentes de equipamiento deportivo.
- Existencia de un mercado de naming rights en clubes privados peruanos y en recintos de España, Brasil, Argentina y Chile, frente a la inexistencia de un producto jurídico equivalente para el IPD, los gobiernos regionales y las municipalidades.

II.3 OBJETIVOS

- **Objetivo General**

Regular el otorgamiento oneroso, temporal y concursado de derechos de denominación comercial sobre infraestructura deportiva pública, sin extinguir el nombre oficial ni transmitir la propiedad del bien, a fin de generar recursos afectados a su mantenimiento, conservación, seguridad, accesibilidad y equipamiento.

- **Objetivos Específicos**

- Tipificar el derecho de denominación comercial como contrato administrativo de aprovechamiento económico, distinto del arrendamiento de espacios publicitarios y de la concesión.

---

[1] https://www.gob.pe/institucion/contraloria/informes-publicaciones/8126238-contraloria-constato-que-eventos-no-deportivos-realizados-en-el-estadio-nacional-deterioraron-el-cesped-y-la-pista-atletica. Última consulta: 22/09/2026

[2] https://www.gob.pe/institucion/contraloria/noticias/1219082-contraloria-alerta-riesgos-en-principales-recintos-deportivos-de-huancayo-por-falta-de-mantenimiento-y-certificados. Última consulta: 22/09/2026

- Exigir concurso público, con bases que establecen su alcance, la contraprestación mínima, los requisitos de participación, el plazo, las condiciones contractuales y los criterios objetivos de evaluación.
- Conservar el nombre oficial del recinto en los actos del Estado.
- Establecer categorías de marca prohibidas y la primacía del uso deportivo del recinto.
- Fijar un plazo máximo de diez años, con una sola renovación evaluada y no automática, y causales de caducidad.
- Afectar no menos del 80 % de los ingresos a la misma infraestructura y el saldo a otros recintos públicos de la misma entidad, con registro diferenciado, transparencia y prohibición de gasto de planilla.

II.4 FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA

IDONEIDAD

En este acápite se demuestra que la propuesta requiere rango de ley porque el problema no deriva solo de una gestión deficiente del IPD o de los gobiernos subnacionales, sino de la ausencia de un título legal que habilite, delimite y controle el aprovechamiento económico del nombre comercial de un bien de dominio público.

El artículo 73 de la Constitución permite conceder a particulares el aprovechamiento económico de bienes de uso público, **conforme a ley.** Sin esa ley, el acto queda expuesto a dos interpretaciones que pueden generar problemas a los funcionarios responsables: o se lo trata como publicidad menor del artículo 85, y entonces no se cobra su valor; o se lo trata como disposición del predio, y entonces Contraloría lo podría observar.

La Ley 28036 ya reconoce la explotación comercial de la infraestructura y de los espacios publicitarios. Sin embargo, no se describe el derecho de denominación comercial, ni fija procedimiento, ni afecta los ingresos al mantenimiento y no distingue el nombre oficial del nombre comercial. El Reglamento aprobado por Decreto Supremo 018-2004-PCM, de 2004, tampoco cubre esa laguna. Además, las directivas de arrendamiento del IPD disciplinan el uso de la fecha y del predio, no la asociación de marca al recinto.

Tampoco basta un decreto o una directiva. Se modifican las condiciones bajo las cuales el IPD, las regiones y los municipios ejercen potestades sobre bienes de dominio público. Por lo tanto, la vía adecuada es una norma con rango de ley para habilitar la posibilidad de dar derechos de denominación comercial a través de un concurso público y así poder generar más ingresos que mantengan los recintos deportivos en buen estado y se pueda desarrollar el deporte nacional.

La intervención es idónea porque ataca la causa regulatoria del problema, que es la laguna que impide que los funcionarios no traten de buscar más fondos para tener la infraestructura deportiva en excelente estado. Esta proposición legislativa permitiría financiar con el apoyo del sector privado, la conservación de los predios

ya existentes y que los deportistas peruanos exigen que estén en óptimas condiciones.



Figura 1. Imagen ilustrativa del nombre comercial del recinto. Simulación del Coliseo Lucha Fuentes con el derecho de denominación comercial asociado a la marca ficticia "Solandina". El nombre oficial se mantiene. La marca es de ejemplo y no corresponde a una empresa real ni a un contrato celebrado.

ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN

La alternativa de solución consiste en una intervención regulatoria focalizada que permita subsanar el vacío legal existente y establecer un marco jurídico para otorgar derechos de denominación comercial a empresas privadas sobre infraestructura estatal. Esto no implica privatizar el estadio ni sustituir el presupuesto público, sino modificar las reglas bajo las cuales puede explotarse comercialmente un activo intangible asociado a la infraestructura estatal. De esta manera, se busca generar una fuente adicional de recursos que contribuya al mantenimiento y mejoramiento de los recintos deportivos, en beneficio del deporte peruano.

La intervención se desarrolla en las siguientes medidas:

- **Tipificación del derecho y conservación del nombre oficial**

La primera medida define el derecho de denominación comercial como facultad temporal y onerosa de asociar una marca al recinto, y obliga a mantener el nombre oficial en resoluciones, seguridad ciudadana, defensa civil y competiciones oficiales.

Problema específico que busca atender:

Hoy no existe un tipo contractual para brindar los derechos de denominación comercial. El funcionario no sabe si puede firmar un contrato de esa naturaleza ya que la ley expresamente no lo menciona. Además, el sector privado tampoco ofrece dinero por desconocimiento de que se puede ejecutar ello.

Alternativa regulatoria propuesta:

Habilitar la posibilidad de dar los derechos de denominación comercial sobre los recintos deportivos de propiedad del Estado.

Impacto esperado:

Seguridad jurídica para la entidad, para el inversionista y para el control posterior. Se cobra el activo sin vender el bien ni borrar la identidad institucional.

- **Afectación de ingresos al mantenimiento y la seguridad**

La cuarta medida declara los ingresos como recursos públicos, los registra de modo diferenciado, afecta no menos del 80 % a la misma infraestructura y el saldo a otros recintos deportivos de la entidad, y prohíbe el gasto de planilla.

Problema específico que busca atender:

En caso el dinero entra a la caja general sin trazabilidad, los “naming rights” no ayudarían a mantener los campos deportivos, y se convertiría en ingreso corriente.

Alternativa regulatoria propuesta:

Afectación de los ingresos y transparencia para declarar los ingresos.

Impacto esperado:

Los ingresos generados por la empresa privada deben ser utilizados en la conservación del recinto, no en otros gastos que no estén tipificados en la ley. Esto ayudaría a que los deportistas cuenten con sitios de entrenamiento y canchas con buen estado beneficiando a cientos de miles de personas.

II.5 SECTORES COMPRENDIDOS

La propuesta involucra a sujetos regulados divididos en dos ámbitos: la administración (entidades que otorgan el derecho, fiscalizan o articulan) y los administrados (titulares de marca que contratan el derecho).

Desde la administración, específicamente en el Gobierno Nacional, se encuentran comprendidos:

- Instituto Peruano del Deporte (IPD), como titular o administrador de recintos del Gobierno Nacional y como rector del Sistema Deportivo Nacional.
- Ministerio de Educación, sector al que se adscribe el IPD
- Ministerio de Economía y Finanzas, por el registro, la afectación y la naturaleza de recursos públicos.
- Superintendencia Nacional de Bienes Estatales (SBN), en la coordinación informativa cuando el acto recaiga sobre predios de dominio público, sin que ello implique disposición del inmueble.
- Contraloría General de la República, en el control posterior de concurso, precio y destino de los ingresos.

En el ámbito de los gobiernos subnacionales se advierten los siguientes agentes:

- Gobiernos regionales, respecto de la infraestructura deportiva de su titularidad.
- Gobiernos locales, respecto de la infraestructura deportiva de su titularidad.

Asimismo, desde el sector privado se identifican los siguientes actores:

- Personas naturales o jurídicas que tengan una marca.
- Clubes, Federaciones, y organizadores de eventos.
- Deportistas, escuelas deportivas y público usuario, como beneficiarios de un recinto deportivo mejor conservado.

En síntesis, la propuesta tiene un ámbito intergubernamental acotado al titular del predio deportivo público. El sujeto obligado a pagar es el titular de la marca. El beneficiario del gasto es la infraestructura deportiva. Finalmente, el Estado no crea un regulador nuevo.

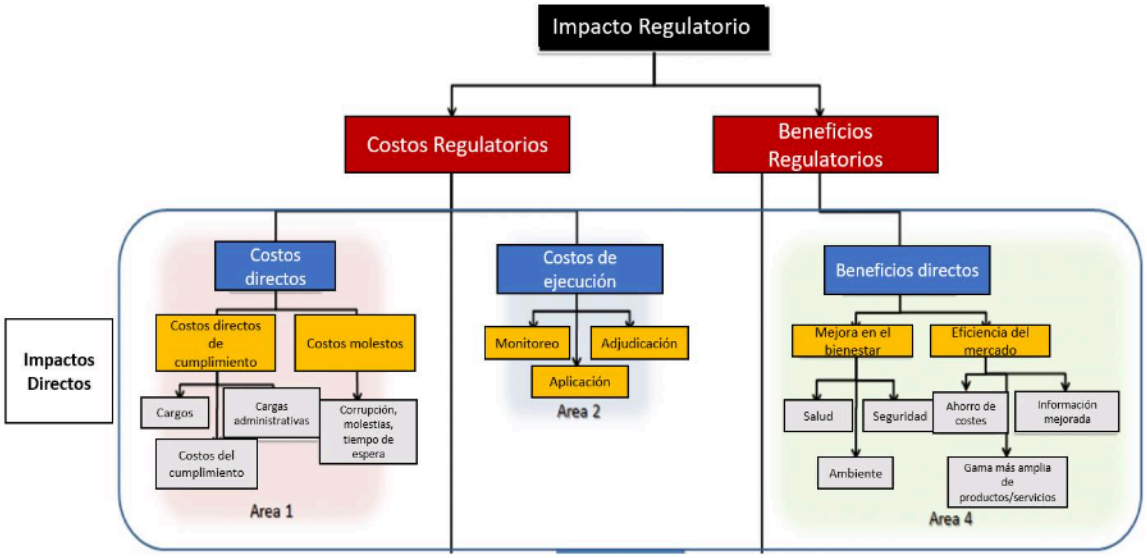
II.6 IDENTIFICACIÓN DE LAS NORMAS A MODIFICAR

Se propone modificar los artículos 84 y 85 de la Ley 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, de acuerdo a la siguiente tabla:

Texto legal vigente de la Ley 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte	Modificación conforme a la presente proposición legislativa
"**Artículo 84.- Recursos del Instituto Peruano del Deporte** Son recursos públicos del Instituto Peruano del Deporte los siguientes: […] 3. Los obtenidos por el arrendamiento de su infraestructura deportiva, espacios publicitarios y otros bienes y servicios bajo la administración del Instituto Peruano del Deporte (IPD)".	"**Artículo 84.- Recursos del Instituto Peruano del Deporte** Son recursos públicos del Instituto Peruano del Deporte los siguientes: […] 3. Los obtenidos por el arrendamiento de su infraestructura deportiva, **de** espacios publicitarios, **por el otorgamiento de derechos de denominación comercial, y por** otros bienes y servicios **bajo su administración**. […]".
"Artículo 85.- Espacios publicitarios El Instituto Peruano del Deporte puede adjudicar en arrendamiento y bajo cualquier modalidad reglamentada, los espacios publicitarios de su infraestructura deportiva".	**"Artículo 85.- Espacios publicitarios y denominación comercial** El Instituto Peruano del Deporte puede adjudicar en arrendamiento y bajo cualquier modalidad reglamentada, los espacios publicitarios de su infraestructura deportiva. **Asimismo, puede otorgar derechos de denominación comercial sobre dicha infraestructura conforme a la ley que regula esta modalidad."**

II.7 ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

El vigente artículo 106° del Reglamento de la Cámara de Diputados señala que las proposiciones de ley y de resolución legislativa requieren de un análisis costo – beneficio dentro de su exposición de motivos, considerando la identificación de actores y grupos de interés, los efectos monetarios y no monetarios de la propuesta, el impacto económico, así como el impacto ambiental. A tal efecto, se considerará la siguiente metodología de análisis de impactos:



Fuente: Renda, A; Schrefler, L; Luchetta, G; Zavatta, R. (2013) Assessing the costs and benefits of regulation. Study for the European Commission, Secretariat General. Centre for European Policy Studies and Economisti Associati. Bruselas. Figura 3. A map of regulatory cost and benefits. p. 21. Traducción propia.

De acuerdo al cuadro previo, el análisis costo-beneficio de una regulación (norma) requiere de la identificación de los impactos positivos (beneficios) y negativos (costos), considerando a todos los agentes participantes: empresas, personas y Estado.

En ese sentido, para efectos de la presente iniciativa, se identifican como principales actores y grupos de interés a (i) las entidades de la Administración Pública titulares o administradoras de infraestructura deportiva; (ii) las empresas y titulares de marca que pueden contratar el derecho de denominación comercial; (iii) los gobiernos regionales y locales; (iv) los deportistas, escuelas y ciudadanos usuarios de estadios, coliseos y complejos; y (vi) los clubes, federaciones, organizadores de eventos y demás terceros cuyos contratos de uso o publicidad coexisten con el recinto.

La evaluación considera los efectos monetarios y no monetarios de las medidas propuestas, así como sus impactos económicos y sociales.

COSTOS DE LA PROPUESTA

Para las entidades públicas

La implementación generará costos administrativos asociados a la elaboración del reglamento, de bases, de la tasación comercial independiente, de la convocatoria

del concurso, de la fiscalización del contrato y de los informes anuales de recaudo y ejecución.

En particular, el Instituto Peruano del Deporte y el sector Educación deberán adecuar el Reglamento de la Ley 28036 y aprobar el reglamento específico de la presente ley. El Ministerio de Economía y Finanzas deberá reconocer el registro diferenciado de estos recursos.

Estos costos corresponden a implementación y transición. No requieren la creación de un organismo nuevo ni demandan recursos adicionales al tesoro público: la propia ley dispone que se financian con los ingresos que genera y con los presupuestos institucionales vigentes.

Para empresas titulares de la marca

Las empresas que concursen asumirán el precio del derecho, los costos de la señalización y el retiro de soportes al término o caducidad del contrato. Son costos voluntarios de quien valora la asociación con el recinto. No se crea una carga regulatoria general sobre el empresariado, quien no concursa no paga.

Ese desembolso se espera compensado por la visibilidad comercial del recinto durante el plazo. A diferencia de una valla, el *naming right* concentra la marca en el nombre comercial del estadio o coliseo.

Para gobiernos regionales y gobiernos locales

Se deberá adecuar sus procedimientos de convocatoria y de registro de ingresos cuando sean titulares del predio. El costo es de adecuación institucional, no de obra nueva. Quienes no otorguen el derecho no asumen costo incremental.

BENEFICIOS DE LA PROPUESTA

Generación de un flujo afectado al mantenimiento

El beneficio principal no es un ahorro administrativo interno. Es convertir un activo intangible —la asociación de marca al recinto público— en un ingreso cierto y destinado en no menos del 80 % a la misma infraestructura (mantenimiento, seguridad, accesibilidad, iluminación, techos, tableros y evacuación) y el saldo a otros recintos de la misma entidad.

Hoy el Estado cobra la fecha del concierto y el metro de valla publicitaria. Ninguno de esos productos financia, con horizonte de diez años, la conservación estructural del recinto deportivo. El *naming right* sí puede hacerlo, porque se paga por la permanencia de la marca, no por una noche de uso.

Reducción de la incertidumbre jurídica

Con la presente proposición legislativa se podrá tipificar el contrato, exigir concurso y declarar que no hay disposición del predio. Así reduce el riesgo de observaciones

de Contraloría o de nulidad posterior. El beneficio es económico ya que una norma clara atrae ofertas de mayor plazo y mejor precio, ya que se le da mayor predictibilidad al inversionista.

SUJETOS REGULADOS POTENCIALMENTE BENEFICIADOS

La relevancia económica y social debe medirse por la escala de la infraestructura pública a conservar, no por un recinto aislado.

El Instituto Peruano del Deporte ha formulado un Plan de Puesta en Valor con meta de 179 instalaciones al 2030 y una inversión estimada superior a S/ 1 994 millones, que incluye mantener, mejorar, recuperar e incrementar la infraestructura deportiva del país. Frente a esa meta, el flujo anual de conservación es estrecho: el plan de mantenimiento 2026 se mueve, a nivel nacional, en un orden de S/ 7,5 millones, y por ejemplo, solo en el presupuesto observado por la Contraloría para el césped del Estadio Nacional era de S/ 700 000 acorde a la Contraloría. **La brecha no es de inexistencia de recintos, sino que es de conservación continua y buen mantenimiento para que los deportistas cuenten con instalaciones en óptimas condiciones para entrenar y competir.**

EVIDENCIA REFERENCIAL: IMPACTO EN BRASIL

La evidencia más útil en el caso en que el Estado titular habilita por norma el *naming right*, conserva el nombre oficial y somete el acto a un título de explotación es en São Paulo, Brasil. La Ley Municipal n.º 16.696/2017[34], autorizó la concesión del Complejo Pacaembu, y dispone de modo expreso que deberá mantenerse el nombre "Estádio Municipal Paulo Machado de Carvalho" y su apelativo "Pacaembu", y que la concesionaria puede **acreditar otros nombres** y negociar de forma onerosa el derecho de denominación. El contrato de concesión (n.º 01/SEME/2019) recoge esa fórmula: usar el nombre oficial en la marca nominativa, pudiendo adicionarle otros. Sobre esa base se pactó el *naming* con **Mercado Livre**, reportado en un rango de hasta R$ 1 000 millones si se ejercen las renovaciones hasta treinta años.

Respecto a ese ejemplo, se pueden utilizar tres temas claves para el Perú. **La habilitación legal expresa**, **que el nombre oficial no se reemplaza, sino que se le añade al nombre la marca** y que **el dinero tiene que volver al titular del sector público**. La presente proposición legislativa busca que se realice un concurso de denominación comercial con afectación legal del 80 % al propio recinto. El principio es el mismo: el activo intangible es del Estado y el gasto debe verse en el campo, el techo y la seguridad, no en planilla.

El mercado brasileño, tomado en conjunto, muestra además que el producto tiene precio. Hacia 2025 se reportaban once acuerdos de *naming* en estadios del fútbol

---

[3] https://www.gob.pe/institucion/ipd/noticias/1136589-el-ambicioso-plan-del-ipd-para-contar-con-179-instalaciones-deportivas-en-optimas-condiciones-a-nivel-nacional. Última consulta: 28/09/2026

[4] https://legislacao.prefeitura.sp.gov.br/lei-16696-de-05-de-setembro-de-2017 Última consulta: 28/09/2026

brasileño, con un stock contratado superior a R$ 2 000 millones[5], incluyendo recintos de matriz pública o concesionada (Pacaembu; Arena BRB Mané Garrincha, en Brasilia). Esas cifras no se trasladan al IPD. Sirven para dimensionar que un Estado que no tipifica el derecho no está "protegiendo el nombre", sino que está dejando de tasarlo en beneficio del deporte nacional.

Beneficios para ciudadanos y usuarios

Los usuarios deportistas son los beneficiarios finales. Un recinto con techo, campo, evacuación e ITSE vigentes reduce el riesgo físico, permite el deporte formativo y de alto rendimiento y sostiene el espectáculo en condiciones dignas. Esos beneficios son principalmente no monetarios. Pueden tener efectos económicos indirectos (Por ejemplo: eventos, empleo local, valor urbano del entorno) solo si la infraestructura se mantiene usable. La ley no promete esos efectos por sí sola; crea la fuente de financiamiento que los hace más probables.

Beneficios para el Estado

El Estado obtiene un título oponible, un ingreso afectado para mantenimiento y conservación de sus bienes inmuebles, y una herramienta coherente con el artículo 73 de la Constitución y con los artículos 84 y 85 de la Ley 28036. Gana eficiencia de control: un contrato publicado y un informe anual son más auditables que un "convenio de cooperación" sobre el nombre del estadio.

Además, se necesita darle puesta en valor a la infraestructura deportiva ya que no solo basta con inaugurar recintos deportivos, sino hay que conservar y mantenerlo en óptimas condiciones para el beneficio del deporte peruano.

No se estima aquí un monto cierto de recaudo nacional, porque ese monto nacerá de cada tasación y de cada oferta. Estimarlo de antemano, sin mercado convocado, sería una cifra decorativa.

Impacto ambiental

No se identifica un impacto ambiental negativo directo.

BALANCE DEL ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO

Del análisis se desprende que los costos se concentran en la adecuación administrativa de las entidades estatales y de los gobiernos titulares que decidan convocar. Son costos acotados de transición. No hay organismo nuevo ni pedido al tesoro público.

---

[5] https://www.estadao.com.br/esportes/futebol/brasil-11-naming-rights-arena-crefisa-barueri-2-bilhoes-investidos-npres/. Última consulta: 28/09/2026

Los beneficios potenciales tienen un alcance mayor, aunque su cuantía exacta dependa de cada concurso: un flujo plurianual afectado al recinto y una menor incertidumbre jurídica.

La magnitud del problema de conservación se dimensiona con la evidencia de control (Estadio Nacional y recintos del interior) y los presupuestos anuales de mantenimiento. Por ello, si siquiera una fracción de los recintos de alta visibilidad se contrata a precio de mercado y el 80 % se ejecuta en la misma infraestructura, el beneficio social puede superar con claridad el costo de tasar y convocar. El balance esperado es favorable, condicionado a dos requisitos que la ley convierte en regla: concurso real y afectación fiscalizada.

La propuesta no elimina controles de bienes estatales, de seguridad ni de publicidad. Elimina la laguna jurídica que hoy impide cobrar un activo que puede traer múltiples beneficios para el deporte nacional.

CONCLUSIÓN DEL ANÁLISIS COSTO-BENEFICIO

Finalmente, se puede concluir que la iniciativa es una intervención regulatoria focalizada y de bajo costo relativo para el Estado, orientada a habilitar un producto comercial ya existente en el deporte privado y ausente en la infraestructura del sector público.

Su principal valor económico es el efecto de transformar la visibilidad de un estadio o coliseo estatal en mantenimiento, seguridad y equipamiento, sin vender el bien y sin borrar su nombre oficial, en beneficio del deporte peruano.

La evidencia de deterioro está documentada, se cuentan con múltiples informes de la Contraloría lo cual evidencia ello. Esta situación se puede revertir y mejorar con el mercado de los derechos de denominación comercial ya que es un ámbito que se puede explotar económicamente para contar con infraestructura de primer nivel y en buenas condiciones. No solo basta con construir el estadio, sino que lo más difícil es mantenerlo en una condición similar a su inauguración.

Por tanto, el balance costo-beneficio esperado es favorable: los costos se agotan en adecuar procedimientos ya existentes; los beneficios se extienden al Estado, a los usuarios y a la conservación de un patrimonio que hoy depende, en exceso, de una partida que llega tarde o de un evento multitudinario que desgasta el estado de la infraestructura.