



ACTA DE LA DECIMA SEGUNDA SESIÓN EXTRAORDINARIA DE LA COMISIÓN ESPECIAL MULTIPARTIDARIA "CAPITAL PERÚ"

Periodo Anual de Sesiones 2025-2026

Martes 30 de septiembre de 2025

En la Sala N°1 "Carlos Torres y Torres Lara" del edificio "Víctor Raúl Haya de la Torre" del Congreso de la República, siendo las doce con cincuenta minutos de la tarde, del martes 30 de septiembre de 2025, bajo la presidencia de la congresista Rosselli Amuruz Dulanto y verificando que se contaba con el quórum reglamentario, se dio inicio a la Décima Segunda Sesión Extraordinaria de la Comisión Especial Multipartidaria "Capital Perú", con la asistencia virtual de los Congresistas titulares, Carlos Enrique Alva Rojas, Elizabeth Sara Medina Hermosilla y Auristela Ana Obando Morgan.

Con Licencia del Jorge Carlos Montoya Manrique

I. ORDEN DEL DÍA

La Señora Presidenta, indicó que se ha agendado dos puntos en la estación de Orden del Día, referidos a la presentación de dos propuestas de iniciativas legislativas que permitirán impulsar dos mejoras a favor de los emprendedores.

La señora Presidente, inició la sustentación de la iniciativa legislativa, **que modifica la Ley de represión de conductas competitivas a fin de proteger la libertad de fijación de precios de los agentes económicos dependientes frente a represalias de los agentes económicos en posición de dominio**. La presente iniciativa legislativa tiene como propósito fortalecer la Ley de represión de conductas anticompetitivas, incorporando una sanción explícita frente al abuso de posición de dominio ejercido por distribuidores que condicionan a los bodegueros a vender sus productos bajo un precio sugerido. En la práctica, cuando estos pequeños comerciantes ejercen su legítimo derecho a modificar precios de acuerdo con sus costos y realidades locales, muchas distribuidoras optan por dejar de abastecerlos, configurando un acto de presión y represalia que

vulnera el principio de la libre competencia. La venta de productos por encima del precio sugerido por parte de un agente económico dependiente no puede dar lugar a represalias, restricciones ni discriminación comercial. Con esta propuesta buscamos que la legislación reconozca de manera expresa los criterios que aseguran el respeto a la naturaleza voluntaria de los precios sugeridos. En nuestro

país se presentan prácticas comerciales que, aunque aparentan legalidad, en la realidad terminan perjudicando la competencia, la libertad empresarial y, sobre todo, a los pequeños actores de mercado, como las bodegas, y es una práctica comercial de las más silenciosas, pero también de las más frecuentes, que es el uso indebido del llamado precio sugerido. Dicha práctica comercial consiste en una recomendación sobre el valor de venta de un producto sin carácter obligatorio, sin embargo, en la realidad, muchos agentes económicos con posición de dominio en el mercado desnaturalizan esta figura y la usan para imponer precios a agentes económicos dependientes. Es decir, si un agente económico dependiente fija un precio distinto o superior al sugerido, es sancionado comercialmente al simplemente retirar el producto de su comercio mediante represalias como el corte de suministro, reducción de descuentos, exclusión de promociones o disminución de los volúmenes de entrega. Esta situación vulnera directamente la libertad de fijación de precios y la autonomía comercial de los agentes económicos dependientes, afectando el principio de la libre competencia, ya que lo que debería ser una simple sugerencia se convierte en la práctica en una imposición encubierta y abusiva. Actualmente, el marco legal sanciona el abuso de posición de dominio mediante el artículo 10.2 inciso a) del Decreto Supremo 111-2024-PCM. sin embargo, esta disposición es demasiado genérica y en la práctica dificulta su aplicación efectiva frente a situaciones específicas, ya que no distingue claramente entre recomendación comercial legítima e imposición indirecta encubierta de precios. Así que se produce una distorsión de la libre competencia y conlleva a la pérdida autonomía del agente económico dependiente, en este caso las bodegas, quienes se ven forzadas a acatar decisiones que no responden a su propio análisis comercial, sino a presiones externas. Como resultado, se genera distorsión de la libre competencia, pérdida de autonomía del agente económico dependiente, menor diversidad de precios en el mercado, consumidor afectado, menos opciones de precios competitivos, freno al desarrollo de pequeños negocios, que son los que descentralizan los productos a lo largo de todo el país. Esta situación impacta definitivamente (3) directo al consumidor, quien se ve afectado por una oferta menos variada, lo que representa un freno al desarrollo de estos pequeños negocios que enfrentan serias dificultades para crecer o mantenerse en un mercado que no les ofrece condiciones justas ni equilibradas.

La Señora Presidenta, Aprovecho para saludar al director de la Dirección Nacional de Investigación y Promoción de Libre Competencia Indecopi, el señor Javier Ricardo Documento; También a la presidenta de la Asociación Gremial de Mujeres Bodegueras, Carla Mireya Campos. También se encuentra presente la señora Milagros Chojeda, estratega de desarrollo empresarial; la señorita Gisela la Cruz, gerente general de la Asociación Bodegueros del Perú; el señor Jorge Enríquez, de Bodega Emblemática del Perú, presidente de la región Callao; y la

señora Magaly Romero, vicepresidenta zonal Lima Centro, Asociación de Bodegueros del Perú.

La Señora Presidenta, prosiguió con la exposición e indicó que sobre la propuesta legislativa, existen antecedentes jurisprudenciales que confirman la necesidad de esta propuesta, tanto Indecopi como Osiptel han emitido resoluciones en las que reconocen que el uso del precio sugerido cuando es acompañado de medidas de presión o represalias puede constituir una forma de abuso de posición de dominio. Por ejemplo, en la Resolución 0143-2020 Indecopi, y la Resolución 014-2022 de Indecopi, se analizaron casos donde el precio sugerido fue utilizado como una herramienta de control, restringiendo la autonomía de los agentes económicos para fijar sus propios precios. Asimismo, en la Resolución 001-2022 de Indecopi, se abordó el impacto que generan las condiciones impuestas por proveedores composición de dominio sobre los pequeños comerciantes, advirtiéndose que estas conductas pueden tener efectos anticompetitivos. De forma complementaria en la Resolución 077-2016 de Osiptel, también reconoció el riesgo de distorsión de mercado cuantos agentes dominantes condicionan el acceso a productos o servicios en función del respeto al precio sugerido.

Estos antecedentes reflejan que el problema ya ha sido identificado en la práctica y ha sido motivo de intervención de las autoridades competentes. Sin embargo, el vacío normativo persiste ya que ninguna de estas resoluciones se basa en una disposición legal expresa que prohíba el uso del precio sugerido como forma de presión indirecta. La forma legal que se propone, que propone esta iniciativa legislativa, es incorporar el inciso 10.6) al artículo 10 del Decreto Supremo 111-2024 PCM, con el objetivo de establecer expresamente que constituye abuso de posición de dominio, que un agente dominante condicione, limite o suspenda el suministro de bienes o servicios a un agente económico dependiente por haber fijado precios distintos al sugerido. En ese sentido, propongo que se incorpore el numeral 10.6 al artículo 10 del Decreto Supremo 111-2024 PCM, que sería el siguiente: 10.6 Constituye abuso de la posición de dominio que un agente económico en posición de dominio condicione, limite o suspenda el suministro de bienes o servicios a un agente económico dependiente por haber fijado precios distintos o superiores al (4) precio sugerido, entendiéndose como tal al precio recomendado o etiquetado por el fabricante o proveedor de un producto para que sea

ofrecido al consumidor final. Por tanto, que el agente económico dependiente en ejercicio de su autonomía comercial establezca precios distintos al precio sugerido, no deberá generar consecuencias en el suministro de bienes o servicios. De esta forma se reconoce claramente que el agente dependiente en pleno ejercicio de su autonomía comercial tiene derecho a fijar sus precios sin que eso

le genere amenazas ni sanciones comerciales, porque ahora estará debidamente sancionado.

“Pasemos a la siguiente diapositiva, por favor. ¿Qué busca esta iniciativa? Tiene como finalidad llenar un vacío normativo que hoy permite prácticas abusivas encubiertas, afectando gravemente a los actores más vulnerables del mercado. En concreto, se propone lo siguiente, incorporar una protección explícita en la ley para la libertad de fijación de precios por parte de los agentes económicos dependientes, facilitar su acceso a condiciones comerciales justas, sin coacciones ni represalias por parte de empresas con posición de dominio, y dinamizar la economía al fortalecer la libre competencia y promover un entorno comercial más transparente, competitivo y eficiente.

“¿Qué refuerza esta iniciativa en la normativa vigente? Esta iniciativa refuerza directamente al principio de la libre competencia, reconocido en nuestro marco normativo, así como la libertad de empresa y la autonomía de la toma de decisiones comerciales. Si bien la legislación actual sanciona el abuso de posición de dominio, no establece con claridad que represalias comerciales por no respetar el precio sugerido también constituye una forma de abuso. Al incorporar esta conducta de manera expresa mediante esta iniciativa legislativa, se brindará mayor seguridad jurídica tanto a los agentes económicos dependientes como a la propia autoridad de competencia que podrá actuar con mayor claridad y oportunidad frente a estas prácticas. Los principales beneficiarios de esta iniciativa definitivamente son los agentes económicos dependientes, especialmente los pequeños comerciantes, distribuidores intermedios y emprendedores de baja escala que hoy se ven obligados a aceptar condiciones impuestas por agentes dominantes por temor a perder el acceso a productos, descuentos o promociones. Esta propuesta está pensada para ellos, para quienes hoy no tienen cómo defender su autonomía comercial frente a presiones indirectas que se disfrazan de recomendaciones. Alineamiento con las políticas nacionales. Esta iniciativa legislativa se alinea con tres políticas nacionales que refuerzan su necesidad y coherencia dentro del marco del Estado peruano. En primer lugar, se relaciona la Política número 5 que impulsa un gobierno en función de objetivos con planeamiento estratégico y procedimientos transparentes. Esta política promueve una regulación clara y eficaz que permita diferenciar entre prácticas anticompetitivas y aquellas que benefician al mercado.

En segundo lugar, se alinea con la Política número 17 referida a la afirmación de la economía social de mercado. Esta política refuerza, fortalece la libertad empresarial y la competencia con intervención estatal solo cuando sea necesario para corregir abusos.

Y, en tercer lugar, se vincula con la Política número 18 orientada a la búsqueda de competitividad, la productividad y formalización de la actividad económica.

Esta propuesta protege a los pequeños negocios y fomenta un entorno competitivo y formal.

Por tanto, esta iniciativa no solo cierra un vacío legal, sino que también materializa los principios de competitividad, (5) equidad y regulación inteligente, que el Estado peruano ya ha definido como prioritarios”.

La señora presidenta, cedió la palabra algún congresista quiere hacer algún aporte, sírvase solicitar el uso de la palabra. No habiendo ninguna intervención de los congresistas,

La señora presidenta, cedió la palabra a Gissela la Cruz Vargas Gerente General de la Asociación de Bodegueros del Perú

La señora Gissela la Cruz Vargas Gerente General de la Asociación de Bodegueros del Perú, saludo a los señores Congresistas e invitados, e indicó que, sobre el proyecto de Ley expuesto por la presidenta de la Comisión, debería de decir que una cosa es el precio sugerido, cuando se sugiere el precio; pero cuando el precio es marcado en el envase o alledaños, es una imposición de precios. A pesar de que tenga la indicación de sugerido, ya que, desde la impresión de un precio a la vista del consumidor final es un precio establecido, lo cual genera una duda en el consumidor, asumiendo que el precio es fijado. Por lo que estaría incurriéndose en un delito de fijación de precios, engaño al consumidor y abuso de posición de dominio. Eso sería, un poco, el tema con el precio, que en este caso es un precio etiquetado. Adicionalmente, también cuando hay mucha problemática dentro del sector bodeguero, cuando el bodeguero no respeta el precio etiquetado en su producto, porque van personas dentro de las empresas, envían a personas a verificar que realmente esté el bodeguero vendiendo al precio etiquetado que ellos están indicando. Entonces, no hay ningún problema en poder sugerir un precio, de repente, que se le pueda sugerir, que lo puedas vender a un determinado precio y que lo puedan indicar dentro de lo que viene a ser la facturación. Ahí no hay ningún inconveniente, porque se podría, de repente, con alguna, no sé, estrategia de venta que te puedan sugerir. Ese es un precio sugerido.

“En este caso, lo que estamos viendo también nosotros es el precio etiquetado, el que sale en la marca, en el producto, que es el que nosotros tenemos el gran inconveniente, ya que hay que tener como un ejemplo.

El consumidor no lo ve como sugerido, lo ve como impuesto. Entonces, ellos indican que el producto tiene que comprarlo a ese precio. Si le compran a un sol veinte, ellos se pueden quejar e incluso pueden llegar a tener una queja, que ya ha sucedido ante Indecopi porque el producto ha sido vendido a un precio que no es el que está en el producto. Ese es uno de los grandes inconvenientes. Y el

otro inconveniente, es que algunas empresas verifican y envían a un personal de ellos, como si fuera un cliente incógnito. Y el cliente incógnito llega a verificar que tú, realmente, estás vendiendo a este precio. Ahora, nosotros no podemos poner en el mismo saco a un bodeguero de Miraflores, como un bodeguero de Pamplona, o sea, estamos hablando de bodegas que en algunos casos son de negocios. En este caso, las bodegas son negocios de subsistencia. Una bodega, que, de repente, es dentro de una casa o una bodega que alquilas, porque los gastos son totalmente distintos, como también los clientes. No vamos a comprar un cliente, de repente, de una zona residencial, digamos San Isidro, o un cliente, de repente, de otro sector. Entonces, eso es, un poco, lo que también nosotros estamos proponiendo para que se pueda indicar también dentro de la propuesta”.

La señora Presidenta, cedió la palabra al Jorge Enriquez Aldana de la Bodega Emblemática del Perú - Presidente de la Región Callao.

El señor Jorge Enriquez Aldana de la Bodega Emblemática del Perú - Presidente de la Región Callao, e indicó que tiene 23 años en este rubro y vengo prácticamente luchando, poniendo la garra en este tema del precio etiquetado que me ha costado en muchas ocasiones hasta enemistarme con algunas empresas por mencionar un punto de vista, ya que quien les habla es el vocero y tiene mucha representatividad en todo entre todo el sector. Agradezco desde ya a mis compañeros que están siguiendo esta transmisión para que vean el trabajo que realiza la Asociación de bodegueros del Perú

A través de la Asociación de Bodegueros del Perú, lo que siempre buscamos es promover la formalidad del sector, ya que somos muchos los que nos dedicamos a esta labor en las diferentes provincias de nuestro país. Lo Formal conlleva a apegarse a la ley, a crear empresa, significa tener una licencia de funcionamiento para poder trabajar, significa pasar los controles de Defensa Civil para tener un negocio seguro, significa tener un control de venta para poder trabajar, significa promover el empleo, es decir, dar trabajo a las personas que compran en nuestra bodega, mercado o supermercado.

Es decir, a través de las ventas nosotros tenemos que generar ingresos para que el negocio de bodega no solamente se vea como un negocio de sustento, es decir, un negocio que solamente sea para el diario, el día a día. Al contrario, una bodega tiene que enriquecerse, tiene que ir creciendo.

Pero consideramos que el tema de los precios etiquetados significa una barrera burocrática tremenda para todos nosotros, ya que las bodegas donde se encuentran ubicadas no tienen los mismos gastos operativos para poder hacerlo. Pongo una comparación, una bodega que funciona en un lugar alquilado, digamos 50 metros cuadrados en un distrito como San Martín, no tiene los mismos gastos operativos si fuera una bodega que funciona en los distritos de San Isidro o

Miraflores. Ese es un ejemplo, pongamos otro ejemplo, una botella de agua no te cuesta tan igual en una bodega, en un supermercado o un aeropuerto, porque los gastos operativos que tienen son totalmente distintos. Es por eso que nosotros tenemos la convicción de que, si bien es cierto, todos los productos que compramos en nuestros negocios son comprados de manera al contado, es decir, los proveedores que nos llegan a nosotros, una vez que se entregan a las bodegas, esa mercadería nos pertenece a nosotros, ya no les pertenece a ellos. Pero con estas malas prácticas que vienen en los empaques, lo único que buscan es crear una confusión entre el cliente final que no sabe de qué manera nos abastecemos todos los bodegueros.

La señora Presidenta, cedió la palabra al señor Javier Ricardo Documet Director de la Dirección nacional de Investigación y Promoción de Libre Competencia de INDECOPI.

El señor Javier Ricardo Documet Director de la Dirección nacional de Investigación y Promoción de Libre Competencia de INDECOPI, saludo y dio las gracias por la invitación para poder abordar este tema y también resaltar la preocupación por este conjunto de problemas que hacen evidente que hay medidas que deben ser atendidas, que deben ser abordadas, desde la dirección de libre competencia atentos al desarrollo de este debate, hemos tomado nota de los puntos que han manifestado y hemos escuchado con particular interés también la sustentación de la propuesta que ha mencionado el conjunto de antecedentes, el conjunto de razones que llevan a establecer este planteamiento. De manera que cuando la propuesta esté formalizada, nosotros vamos a hacer llegar el documento correspondiente, la opinión correspondiente, sin embargo, ya que he podido advertir algunos de los puntos que se han señalado y nos han compartido también lo que es la propuesta. Quisiera expresar algunos puntos digamos, de manera preliminar con cargo a que como he señalado enviaríamos nuestro documento formal cuando el trámite del desarrollo de la propuesta esté en ese nivel. Entonces, quisiera referirme, señora congresista, en primer lugar, al hecho de que las problemáticas reseñadas que tienen que ver con este abuso en torno a volver obligatorios estos precios de ventas o precios sugeridos o incluso etiquetados, como se han señalado, corresponde a un conjunto de problemáticas que ciertamente

pueden ser abordadas desde nuestra dirección con algunos matices, con algunos puntos. En primer lugar, hacer referencia a que la normatividad actual prohíbe el abuso de posición de dominio y prohíbe un conjunto de prácticas, un conjunto de medidas. Estas prácticas que se califican como anticompetitivas, también serían las que han sido descritas por los representantes de las asociaciones en la medida de que no tengan un sustento técnico, un sustento precompetitivo. Usted

señalaba en las resoluciones que ha hecho mención, tanto las nuestras como las de OSIPTEL, uno podía apreciar ahí que, por ejemplo, en las de OSIPTEL se señala que es necesario evaluar efectos reales y justificaciones, y es, señora congresista que ocurre que, no en Perú, sino en el conjunto de la legislación de competencia, se entiende que es posible que en algunas circunstancias un agente establezca un precio y lo promueva como una política de comercialización que tenga justificaciones. Si es que tiene justificaciones y esa política precompetitivo, quiere decir que trae beneficios para el consumidor o trae beneficios para la competencia en general, en este caso, estas instituciones no podrían sancionar esa conducta como una conducta anticompetitiva. Sin embargo, si esta conducta no tiene justificaciones, es simplemente una imposición, eso es ya, el día de hoy, un abuso de posición de dominio. Entonces, nosotros o sería una práctica unilateral, vertical, si se tratara de simplemente un acuerdo. Entonces, nosotros digamos, que a la fecha no hemos podido, pese a los monitoreos que hacemos de mercado, no hemos podido recoger un caso como los que se ha descrito, pero vamos a estar abiertos a que cualquiera de estas situaciones que se nos hagan conocer, investigarlas y eventualmente sancionarlas. Nosotros somos una dirección que se ocupa de identificar estas conductas, de identificar estas prácticas y de denunciarlas ante la Comisión de Libre Competencia y eventualmente ante el Tribunal si es que hay apelaciones, que son los órganos de decisión. Nosotros hacemos la investigación estrictamente en el ámbito de libre competencia. INDECOPI tiene otras áreas que se ocupan del tema del consumidor, por ejemplo, del tema del rotulado, porque entiendo que hay una preocupación importante en torno a lo que dice la etiqueta, ¿en qué medida se expresa esta información para los consumidores? Esto es algo que puedo transmitir a los colegas que ven este tema. No es un ámbito de nuestra competencia. Sin embargo, (9) cuando el informe llegue, nosotros vamos a hacer un informe conjunto que reúna las opiniones de las demás áreas de Indecopi. Esta opinión preliminar, como le he señalado, le expreso desde el punto de vista estrictamente de libre competencia, finalmente, señalo que estamos atentos a que en cualquier momento que nos hagan saber de una práctica que se esté llevando a cabo, como ésta, nosotros desplegaremos nuestras facultades de investigación.

La señora Presidenta, indicó que, que no hay un conocimiento de los distintos reclamos o denuncias públicas, quizás de los mayores afectados, que incluso están presentes como representantes de miles de bodegueros y, empresarios de pequeñas empresas. Pero eso ya es un tema procedimental. Pero en este caso, creo que hay que buscar una solución legislativa, que es un vacío que existe, porque no hay una norma explícita y es muy abierto el tema de las sanciones, entonces, con esto podríamos cubrir ese vacío. Pero está abierto y públicamente que tiene la intención de recibir todas las denuncias o reclamos.

La señora Presidenta, cedió la palabra al señor Daniel Hermoza Negreiros Director de Mypes Unidas,

El señor Daniel Hermoza Negreiros Director de Mypes Unidas, indicó que, también un aviso para que sea de utilidad para los representantes. Nosotros hacemos investigación de prácticas anticompetitivas. Ese es nuestro foco, a lo que nos dedicamos y lo hacemos recabando denuncias. Estos casos son complejos. requieren informes económicos, requieren investigaciones, requieren un conjunto de actuaciones que la dirección lleva a cabo en el curso de tiempo. Por eso se requiere el concurso de quien haya sufrido, de quien haya sido afectado por una práctica de esta naturaleza. Eso para avisar que, si bien el TUPA de Indecopi prevé el pago de una tasa por denuncias, también existe la posibilidad de presentar denuncias informativas que están libres de cualquier pago de tasa. Entonces, una denuncia informativa nos provee la información como para saber aquí hay una empresa que ha fijado de manera arbitraria un precio sugerido y corresponde, entonces, incautar la computadora, llevarnos la información, incautar los teléfonos, intervenir la información de la empresa, porque esas son las prerrogativas que tiene la dirección, para poder desplegar investigación. Y recién cuando esto está identificado, hacemos la acusación formal, digamos, ante la comisión. Entonces, cuando esto no ha ocurrido, no podemos emplear estos poderes invasivos en torno a las empresas, pero sí podemos concurrir las veces que se nos solicite para dar nuestra opinión de cómo podría legislarse de la mejor manera en este tema. Reiterando, como le señalo, señora congresista, que en todo el mundo este tipo de comportamientos están sujetos a esta prohibición relativa, que es hacer un balance si esto es conveniente para los consumidores o no es conveniente. Porque puede darse el caso que una empresa haya fijado un precio y diga “no voy a creer que mis productos se vendan a menos de este precio, porque quiero que los distribuidores inviertan en capacitación, que inviertan en tecnología”. Entonces define una política y de ese modo va precisando sus precios.

Si es que hay una justificación pro competitiva, como le repito, esto tendría un sentido, pero si esto no es así, si se trata de una imposición arbitraria sin justificación comercial, entonces es una práctica abusiva que corresponde sancionarse; y lo sancionaríamos en la medida que tengamos información, y nosotros vamos a estar atentos, y ya se va a investigar cuando la información sea acopiada o ya sea de concurrir para dar nuestra opinión y poder dar alguna reflexión, algún criterio de este cuerpo legislativo que está abordando el tema.

La señora Presidenta, agradeció por los aportes y no habiendo más comentarios, indicó que, en definitiva el objetivo de este proyecto es proteger a los minoritarios, <https://larepublica.pe/sociedad/2025/12/05/choque-entre-motorizado-y-trailer-genera-trafico-cerca-a-puente-nuevo-en-la-panamericana->

sur-433235y todo suma, al final esta es una propuesta legislativa, hay un amplio camino que recorrer, tiene que caer a la comisión respectiva, porque esa es una comisión especial donde tiene que entrar a la Comisión ordinaria del defensa del Consumidor, y ahí se debatirá y yo estoy convencida que finalmente va a haber un consenso multipartidario porque es en beneficio de los afectados.

La señora Presidenta, suspendió la sesión por breve termino

La señora Presidenta, reanudo la sesión y sustento el Proyecto de Ley que precisa los alcances del artículo 79 de la Ley 27972 Ley Orgánica de Municipalidades, referido a los anuncios publicitarios. Estimados colegas, nuevamente agradezco la oportunidad de sustentar ante esta importante comisión, y en esta ocasión el proyecto de ley que presento precisa los alcances del artículo 79 de la Ley 27972 Ley Orgánica de Municipalidades, referido a los anuncios publicitarios y tiene como objetivo fortalecer la actividad empresarial. La actividad publicitaria es una de las manifestaciones de las libertades de empresa e iniciativa privada, mediante la cual los agentes económicos informan a los consumidores sobre sus productos o servicios para diferenciarse en el mercado. La publicidad comercial ejercida a través de diversos medios, escritos, televisivos, virtuales, físicos, entre otros, es clave para el dinamismo económico, aunque no se requiere autorización previa del Estado. La Ley Orgánica de Municipalidades faculta a los gobiernos regionales y locales a regular la ubicación de los anuncios en espacios públicos. Esta iniciativa busca precisar dicha competencia, limitándola a los anuncios visibles desde la vía pública o al exterior de un establecimiento comercial, pues INDECOPI ha declarado en diversas oportunidades como barreras burocráticas y legales las exigencias municipales de tramitar una autorización para colocar publicidad dentro de establecimientos comerciales.

Al cierre del 2024 la inversión publicitaria llegó a quinientos cincuenta y tres millones de dólares, de los cuales 71 millones de dólares correspondieron a publicidad en la vía pública, según Cabello Consultores. Se estima para el 2025 la inversión publicitaria supere los seiscientos diez millones. El 82 % de los visitantes de centros comerciales se ven influenciados por los anuncios ubicados en estos espacios. ¿Qué busca esta iniciativa legislativa? Mayor seguridad, precisar que las autorizaciones que emiten las municipalidades se limiten a la ubicación de anuncios y avisos publicitarios que se encuentren en la vía pública o en espacio exterior al establecimiento. Facilitación de ejercicio de la actividad empresarial. Evitar que los agentes económicos y personas naturales con negocio tengan que tramitar una autorización para colocar anuncios publicitarios dentro de establecimientos comerciales. Y finalmente, evitar una carga innecesaria del INDECOPI. Evitar que los administrados interpongan denuncias similares frente a una exigencia ya declarada ilegal. ¿Qué plantea la propuesta legislativa?

Modificación a la Ley 27972 Ley Orgánica de Municipalidades. Modificación en su artículo 79 en los siguientes términos:

Funciones específicas de las municipalidades provinciales:

Inciso 1.4.4. Autorizar la ubicación de anuncios y avisos publicitarios en espacios de dominio público o en exteriores de establecimientos comerciales, así como propaganda política.

Funciones específicas a las municipalidades distritales:

Inciso 3.6.3. Regular la ubicación de avisos publicitarios en los espacios de dominio público o en exteriores de los establecimientos comerciales, así como la propaganda política.

Impacto de la ley.

Menos burocracia, ya no será exigible realizar trámites para colocar anuncios dentro de los establecimientos comerciales. Mayor competitividad, se elimina una traba que restringe la publicidad, dinamismo económico, se fortalece la actividad comercial con reglas claras y menos barreras, y disminución de carga para Indecopi. Se evitan denuncias similares por exigencias ya declaradas.

La señora Presidenta, cedió la palabra a la señora Carla Mireya Campos Pariona Representante de la Asociación de Bodegueros del Perú,

La señora Carla Mireya Campos Pariona Representante de la Asociación de Bodegueros del Perú, indicó que justo tocaba el tema de las autorizaciones para los letreros publicitarios. En mi caso personal, en mi negocio, obviamente para pedir un letrero tenía que pedir autorización a los gobiernos locales, que es la municipalidad, con esta ley favorecería mucho a todos los negocios que quieran poner un letrero para su publicidad, para un anuncio adentro, sin tocar nada en las vías públicas. Pero, también sería bueno especificar los tamaños, ya que, en el caso mío, que estoy en el distrito de Santa Anita, por metro cuadrado te cobran un porcentaje de acuerdo a la capacidad, el tamaño, si tu letrero va a tener luces; o sea, de acuerdo a la especificación de lo que tú quieres te cobran y en diferentes distritos todo esto cambia, para una bodega no es tanto, o sea, un letrero demasiado llamativo porque es un negocio donde recurren todos los que rodean el barrio. Entonces, me parece que sería excelente, de repente, por ahí ver la manera de cómo apoyarnos con el gobierno local de que no nos cobren tanto para un letrero que no tiene muchas luces, no es muy llamativo; como en el caso de un hotel, de repente, que tiene un letrero más luminoso, más llamativo o grande y está, obviamente, expuesto a un riesgo porque tiene muchas luces, mientras que para un negocio menor es menos el peligro.



La señora Presidenta, indicó que se toma nota de sus comentarios, los aportes para esa iniciativa y en definitiva, lo que se quiere, justamente, se especifique las autorizaciones municipales, de que, en bodegas, por ejemplo, se coloquen adentro, no tendrían por qué solicitar una autorización municipal, o sea, no habría ahí ningún problema. Solamente para el exterior, que ahí sí, pues, el tema de los tamaños y todo, eso ya es independiente, eso ya es las municipalidades.

Finalmente, la señora Presidenta agradeció a todo el gremio de bodegueros. Entiendo que también están conectados. Un saludo a todos los bodegueros de nuestro país, a todos los comerciantes, a los pequeños y medianos empresarios que dinamizan la economía de nuestro país.

Acto seguido, **La señora Presidenta** solicito la dispensa del trámite y aprobación del acta para ejecutar los acuerdos tratados en la presente sesión. Siendo aprobada por unanimidad

En ese estado, **la Señora Presidenta**, siendo las trece horas de la tarde con cincuenta y tres minutos del 30 de septiembre del 2025, levantó la Décima Segunda Sesión Extraordinaria de la Comisión Especial Multipartidaria “Capital Perú”.

YESSICA ROSSELLI AMURUZ DULANTO
Presidenta
Comisión Especial Multipartidaria
“Capital Perú”

CARLOS ENRIQUE ALVA ROJAS
Secretario
Comisión Especial Multipartidaria
“Capital Perú”