



**PROYECTO DE LEY QUE PRECISA  
LOS ALCANCES DEL ARTÍCULO  
79° DE LA LEY 27972 LEY  
ORGÁNICA DE  
MUNICIPALIDADES REFERIDO A  
ANUNCIOS PUBLICITARIOS**

**PROYECTO DE LEY**

La Congresista de la República que suscribe, **YESSICA ROSSELLI AMURUZ DULANTO**, integrante del Grupo Parlamentario “Avanza País”, al amparo de los artículos 102 y 107 de la Constitución Política del Perú, y de conformidad con los artículos 75 y 76 del Reglamento del Congreso de la República, presenta la siguiente iniciativa legislativa:

**FÓRMULA LEGAL**

**LEY QUE PRECISA LOS ALCANCES DEL ARTÍCULO 79° DE LA LEY  
ORGÁNICA DE MUNICIPALIDADES REFERIDO A ANUNCIOS  
PUBLICITARIOS**

**Artículo 1.- Objeto de la Ley**

La presente ley tiene por objeto precisar las competencias de las Municipalidades distritales y provinciales en lo referido al trámite de autorización de anuncios publicitarios.

**Artículo 2.- Modificación del artículo 79° de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades**

Modifíquese el artículo 79° de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, en los términos siguientes:

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

1. [...]

1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios o avisos publicitarios en espacios de dominio público o en los exteriores de establecimientos; y propaganda política.

[...]

3. [...]



3.6.3. Ubicación de avisos publicitarios en **espacios de dominio público o en los exteriores de establecimientos**; y propaganda política.

[...]

Lima, abril de 2025

**ROSSELLI AMURUZ DULANTO**  
**Presidenta**  
Comisión Especial Multipartidaria  
“CAPITAL PERÚ”

## **EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

1-

### **2- ANTECEDENTES LEGISLATIVOS**

Verificada la base de datos del Congreso de la República, respecto a búsqueda de proyectos de ley, no se ha encontrado iniciativas similares a la propuesta.

### **3- FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA**

#### **MARCO CONSTITUCIONAL**

#### **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ**

(...)

**“ARTÍCULO 194.-** Las municipalidades provinciales y distritales son los órganos de gobierno local. Tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia. Las municipalidades de los centros poblados son creadas conforme a ley.

La estructura orgánica del gobierno local la conforman el Concejo Municipal como órgano normativo y fiscalizador y la Alcaldía como órgano ejecutivo, con las funciones y atribuciones que les señala la ley.

Los alcaldes y regidores son elegidos por sufragio directo, por un período de cuatro (4) años. No hay reelección inmediata para los alcaldes. Transcurrido otro período, como mínimo, pueden volver a postular, sujetos a las mismas condiciones. Su mandato es revocable, conforme a ley. El mandato de alcaldes y regidores es irrenunciable, con excepción de los casos previstos en la Constitución.

Para postular a Presidente de la República, Vicepresidente, Congresista, Gobernador o Vicegobernador del Gobierno Regional; los Alcaldes deben renunciar al cargo seis (6) meses antes de la elección respectiva”.

(...)

#### **MARCO LEGAL**

- Ley N°29792 – 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:

1. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades provinciales:

- 1.1. Aprobar el Plan de Acondicionamiento Territorial de nivel provincial, que identifique las áreas urbanas y de expansión urbana, así como las áreas de protección o de seguridad por riesgos naturales; las áreas agrícolas y las áreas de conservación ambiental.
- 1.2. Aprobar el Plan de Desarrollo Urbano, el Plan de Desarrollo Rural, el Esquema de Zonificación de áreas urbanas, el Plan de Desarrollo de Asentamientos Humanos y demás planes específicos de acuerdo con el Plan de Acondicionamiento Territorial.
- 1.3. Pronunciarse respecto de las acciones de demarcación territorial en la provincia.
- 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:"
  - 1.4.1. Otorgamiento de licencias de construcción, remodelación o demolición.
  - 1.4.2. Elaboración y mantenimiento del catastro urbano y rural.
  - 1.4.3. Reconocimiento, verificación, titulación y saneamiento físico legal de posesiones informales.
  - 1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios y avisos publicitarios y propaganda política.
  - 1.4.5. Nomenclatura de calles, parques y vías.
  - 1.4.6. Seguridad del Sistema de Defensa Civil.
  - 1.4.7. Estudios de Impacto Ambiental.
- 1.5. Fiscalizar el cumplimiento de los Planes y normas provinciales sobre la materia, señalando las infracciones y estableciendo las sanciones correspondientes.
- 1.6. Diseñar y ejecutar planes de renovación urbana.

2. Funciones específicas compartidas de las municipalidades provinciales:

- 2.1. Ejecutar directamente o concesionar la ejecución de las obras de infraestructura urbana o rural de carácter multidistrital que sean indispensables para la producción, el comercio, el transporte y la comunicación de la provincia, tales como corredores viales, vías troncales, puentes, parques, parques industriales, embarcaderos, terminales terrestres, y otras similares, en coordinación con las municipalidades distritales o provinciales contiguas, según sea el caso; de conformidad con el Plan de Desarrollo Municipal y el Plan de Desarrollo Regional.
- 2.2. Diseñar y promover la ejecución de programas municipales de vivienda para las familias de bajos recursos.
- 2.3. Promover la ejecución del reconocimiento, verificación, titulación y saneamiento físico legal de posesiones informales a cargo de las municipalidades distritales y, en forma subsidiaria, de las municipalidades provinciales.

3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales:

- 3.1. Aprobar el plan urbano o rural distrital, según corresponda, con sujeción al plan y a las normas municipales provinciales sobre la materia.

- 3.2. Autorizar y fiscalizar la ejecución del plan de obras de servicios públicos o privados que afecten o utilicen la vía pública o zonas aéreas, así como sus modificaciones; previo cumplimiento de las normas sobre impacto ambiental.
- 3.3. Elaborar y mantener el catastro distrital.
- 3.4. Disponer la nomenclatura de avenidas, jirones, calles, pasajes, parques, plazas, y la numeración predial.
- 3.5. Reconocer los asentamientos humanos y promover su desarrollo y formalización.
- 3.6. Normar, regular y otorgar autorizaciones, derechos y licencias, y realizar la fiscalización de:
  - 3.6.1 Habilitaciones urbanas.
  - 3.6.2 Construcción, remodelación o demolición de inmuebles y declaratorias de fábrica.
  - 3.6.3 Ubicación de avisos publicitarios y propaganda política.
  - 3.6.4 Apertura de establecimientos comerciales, industriales y de actividades profesionales de acuerdo con la zonificación.
  - 3.6.5 Construcción de estaciones radioeléctricas y tendido de cables de cualquier naturaleza.
  - 3.6.6 Las demás funciones específicas establecidas de acuerdo a los planes y normas sobre la materia.
4. Funciones específicas compartidas de las municipalidades distritales:
  - 4.1. Ejecutar directamente o proveer la ejecución de las obras de infraestructura urbana o rural que sean indispensables para el desenvolvimiento de la vida del vecindario, la producción, el comercio, el transporte y la comunicación en el distrito, tales como pistas o calzadas, vías, puentes, parques, mercados, canales de irrigación, locales comunales, y obras similares, en coordinación con la municipalidad provincial respectiva.
  - 4.2. Identificar los inmuebles en estado ruinoso y calificar los tugurios en los cuales deban realizarse tareas de renovación urbana en coordinación con la municipalidad provincial y el gobierno regional.

En el saneamiento de la propiedad predial el Organismo de Formalización de la Propiedad Informal (COFOPRI) actúa como órgano técnico de asesoramiento de los gobiernos locales para lo cual contribuye al fortalecimiento de capacidades de los funcionarios y servidores municipales para la ejecución de procedimientos simplificados y estandarizados. Asimismo, ejecuta el proceso de formalización de la propiedad predial, en los ámbitos que no estén siendo intervenidos por las municipalidades, a nivel nacional.

(...)

## ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

La iniciativa se sustenta en la necesidad de 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 N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades (en adelante, LOM), en lo que respecta a las funciones específicas y exclusivas asignadas a las municipalidades provinciales y distritales,

respectivamente, en relación con la regulación de la colocación de avisos y anuncios publicitarios dentro de su ámbito territorial.

Esta propuesta responde a la necesidad de agilizar los procesos administrativos municipales, para la publicidad de anuncios que no se encuentren en la vía pública o al exterior de un establecimiento comercial, y que se rigen por procedimientos internos de los centros comerciales. Su fundamento principal se encuentra en los diversos pronunciamientos emitidos por el INDECOPI, en los que se ha determinado que exigir autorización para instalar anuncios publicitarios dentro de establecimientos comerciales constituye una barrera burocrática ilegal, los cuales han sido ratificados por la Tercera Sala de Derecho Constitucional y Social Transitoria de la Corte Suprema.

En consecuencia, debe precisarse en la LOM, que las autorizaciones que emite la autoridad municipal se limitan a la ubicación de anuncios y avisos publicitarios que se encuentren en el espacio exterior de un establecimiento o en la vía pública.

A continuación, se desarrolla los fundamentos que sustenta la propuesta normativa:

### Regulación actual de los anuncios publicitarios y su importancia

El Decreto Legislativo N° 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal (en adelante, D. Leg. N° 1044), establece que la publicidad no está sujeta a algún tipo de validación o autorización previa por parte del Estado. No obstante, la facultad de instalar anuncios publicitarios en la vía pública no es irrestricta, sino que “debe respetar determinadas condiciones vinculadas con la seguridad y el uso del suelo del distrito”<sup>1</sup>; en ese sentido, la LOM establece que las municipalidades provinciales y locales tienen competencia para autorizar la ubicación de los avisos publicitarios<sup>2</sup>.

Al respecto, corresponde precisar que la **función atribuida a las municipalidades** en relación con los anuncios publicitarios está vinculada a la **organización del espacio físico público y al uso del suelo dentro de su ámbito territorial**; mas no a la evaluación del contenido o mensaje de los anuncios, ya que este constituye una

<sup>1</sup> INDECOPI, “Índice de barreras burocráticas de acceso al mercado impuestas a nivel local. Año 2023”, noviembre 2024, pág. 13. [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7323931/6253477-indice-bb-2023\\_vf.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7323931/6253477-indice-bb-2023_vf.pdf). Consulta: 21.04.2025.

<sup>2</sup> **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: [...]

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: [...]

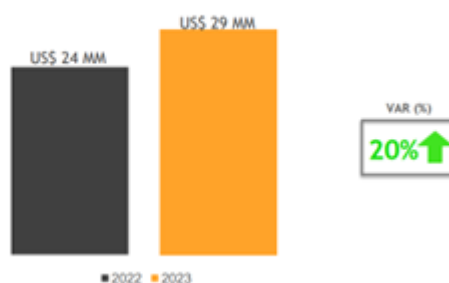
3.6.3. Ubicación de avisos publicitarios y propaganda política.

[...]

manifestación de la libertad de expresión y de la iniciativa privada del empresario<sup>3</sup>, salvo excepciones establecidas en la legislación.

Cabe destacar que, pese al avance de los medios digitales, la publicidad en la vía pública registró un alza de 20% en todos sus formatos en el periodo enero - junio 2023 frente a similar periodo en 2022, lo cual destaca su importancia para los agentes económicos en tanto constituye “una alternativa que permite a las marcas llegar a su público de una manera más targetizada al poder estar en el lugar y momento preciso, ayudando así a aumentar la visibilidad y asociación con el anunciante desde un medio que admite mucha flexibilidad en la creatividad”<sup>4</sup>. En esta línea, Ipsos Global<sup>5</sup> destaca que este crecimiento se está visualizando a escala mundial y tiene proyección de crecimiento en los próximos años.

INVERSIÓN PUBLICITARIA EN VÍA PÚBLICA 2023 vs. 2022 (ENE-JUN)



Fuente: Asociación de Agencias de Medios - Barómetro de Medios

Por otro lado, de acuerdo a Cabello Consultores<sup>6</sup>, al cierre del 2024, la inversión publicitaria habría llegado a los US\$ 593 millones, de los cuales US\$ 71 millones corresponde a la inversión de publicidad en la vía pública (12% del total) y se estima que para 2025 se podría superar los US\$ 610 millones de dólares:

<sup>3</sup> 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,

<sup>4</sup> Véase en: <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6082741/5383505-lineamientos-ceb.pdf?v=1710938855>. Consulta: 21.04.2025.

<sup>5</sup> IPSOS. “El poder de la publicidad en la calle, ¿cómo capturar la atención en un instante?”. Punto de Vista. Lima, 2023. Véase en: <https://www.ipsos.com/es-pe/el-poder-de-la-publicidad-en-la-calle-como-capturar-la-atencion-en-un-instante>

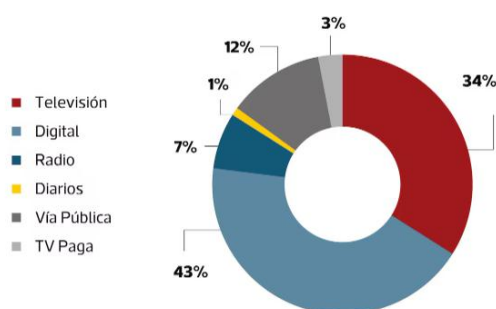
<sup>6</sup> Idem.

<sup>6</sup> Christian Alcalá, “Inversión publicitaria en Perú: ¿televisión abierta o digital dominará en 2025?”, Diario Gestión, 03.02.2025. <https://gestion.pe/economia/empresas/inversion-publicitaria-al-alza-cuanto-invertiran-las-empresas-este-ano-cabello-consultores-marcas-peru-publicidad-digital-influencers-empresas-recesion-noticia/>. Consulta: 21.04.2025.

## Inversión publicitaria total



En millones de US\$ (estimado)



FUENTE: Cabello Consultores

En base a lo expuesto, se puede concluir que la publicidad comercial representa un componente esencial para el dinamismo del mercado y el desarrollo de nuestra economía; por lo tanto cualquier restricción que se imponga, ya sea sobre la publicidad difundida a través de medios digitales o físicos, debe contar con una justificación debidamente fundamentada.

### Pronunciamientos sobre la identificación de barreras burocráticas en la exigencia de obtener autorizaciones para la instalación de anuncios publicitarios al interior de un establecimiento comercial

Como se ha indicado inicialmente, la presente iniciativa se sustenta en pronunciamientos emitidos por el INDECOPI y la Corte Suprema. Al respecto, el INDECOPI, mediante la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas (CEB) ha declarado, en reiterada jurisprudencia, que constituye barrera burocrática aquellas **exigencias para tramitar autorizaciones municipales para la instalación de anuncios publicitarios dentro de establecimientos comerciales, las cuales se han materializado en diversas Ordenanzas Municipales de Lima y provincias, como se detalla a continuación:**

- **Resolución N° 0110-2015/CEB-INDECOPI**

La referida Resolución 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 8° de la Ordenanza Municipal N° 1094-MML<sup>7</sup>.

Sobre el particular, el INDECOPI señaló que lo establecido en el artículo 79° de la Ley Orgánica de Municipalidades está enmarcado en las competencias municipales en materia de zonificación, urbanismo y de acondicionamiento territorial; en consecuencia, las autorizaciones ediles *“deben encontrarse referidas estrictamente a determinar la idoneidad en la ubicación de las estructuras o soportes publicitarios*

<sup>7</sup> INDECOPI - Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas, Resolución N° 0110-2015/CEB-INDECOPI, 1.



(avisos o anuncios) y que exista algún tipo de afectación al ornato de la ciudad”<sup>8</sup>. Es decir, aquellas referidas a cautelar el ornato de la ciudad.

Por lo expuesto, el pronunciamiento concluye que las municipalidades tienen **competencia para autorizar la ubicación de publicidad exterior**, en tanto éstas pretendan ser colocadas en los siguientes casos:

- En **áreas de dominio público**, como plazas, calles, avenidas, entre otros.
- 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).

Es importante resaltar que este criterio ha sido reiterado en diversos pronunciamientos del INDECOPI, tales como la Resolución N° 0283-2013/CEB-INDECOPI, N° 0796-2014/SDC-INDECOPI, N° 0298-2019/CEB-INDECOPI. En dichas resoluciones, se ha precisado, además, que las competencias municipales en esta materia se circunscriben a los anuncios instalados en bienes de propiedad privada o en la vía pública, siempre que estos se encuentren ubicados en el exterior.

- **Resolución N° 0001-2023/CEB-INDECOPI-LAM**

La Comisión de la Oficina Regional del INDECOPI en Lambayeque declaró como barrera burocrática ilegal la exigencia de tramitar una autorización municipal para instalar anuncios publicitarios en locales y módulos ubicados al interior de galerías o centros comerciales, materializada en el artículo 31° de la Ordenanza Municipal N° 011- 2015-MPCH/A.

En esta resolución se señala que la Municipalidad excedió sus competencias, en tanto el artículo 79° de la Ley Orgánica de Municipalidades se encuentra referido a las competencias municipales en materia de zonificación, urbanismo y de acondicionamiento territorial. Esta interpretación guarda concordancia con lo manifestado por el Tribunal Constitucional en el Expediente N° 0003-2009-CC/TC, donde se precisó que la Ley Orgánica de Municipalidades desarrolla de manera específica lo dispuesto en el inciso 6) del artículo 195° de la Constitución, que establece la competencia municipal en materia de zonificación, urbanismo y de acondicionamiento territorial<sup>9</sup>.

- **Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas sobre restricciones en la ubicación de anuncios publicitarios**

Además de lo anteriormente señalado, resulta pertinente destacar que el INDECOPI, a través de la Resolución N° 0576-2015/CEB-INDECOPI de fecha 12 de julio de 2016,

<sup>8</sup> Ibidem, 11.

<sup>9</sup> 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: 21.04.2025.

## **aprobó los Lineamientos de la Comisión de Eliminación de Barreras Burocráticas sobre restricciones en la ubicación de anuncios publicitarios.**

En dicho documento, se estableció, entre otras reglas, que las Municipalidades no pueden exigir la obtención de una autorización por la simple exposición de mensajes publicitarios que no afecten materias urbanísticas; pues, lo contrario, sería afirmar que las mismas pueden supervisar y controlar la exhibición de todo contenido publicitario, lo cual vulneraría lo dispuesto en el artículo 22° del Decreto Legislativo N° 1044<sup>10</sup>.

### • **Casación N° 23799-2017**

La Tercera Sala de Derecho Constitucional y Social Transitoria ha confirmado la línea jurisprudencial de INDECOPI, al establecer que las autorizaciones referidas a la regulación de anuncios publicitarios ubicados en locales dentro de galerías, centros comerciales o mercados, sólo serán exigibles respecto de aquellos elementos publicitarios instalados en el exterior de dichos espacios.

Así, en el fundamento 6.14 de la citada Casación, se precisó que la intención del artículo 79° de la Ley Orgánica de Municipalidades no es que los municipios regulen la captación o difusión de un mensaje publicitario, sino evitar un menoscabo a la seguridad de las personas, la vía pública o los predios urbanos. De este modo, debe entenderse que la facultad de otorgar autorizaciones para anuncios y avisos publicitarios se orienta a imponer un orden en las áreas comunes de espacios públicos.

En atención a estos fundamentos, se determinó que la Municipalidad Distrital de Santiago de Surco no tenía competencias para exigir la autorización para los anuncios publicitarios ubicados dentro del local comercial de la empresa Eckerd, por lo que, resulta válido que INDECOPI haya declarado este acto como una barrera burocrática ilegal.

### **Necesidad de modificar la Ley Orgánica de Municipalidades**

A pesar de que el INDECOPI ha declarado, en diversas ocasiones, como barrera burocrática ilegal la exigencia de contar con una autorización para instalar anuncios publicitarios dentro de galerías, centros comerciales y otros establecimientos similares, dichas decisiones sólo tienen efectos sobre las ordenanzas municipales específicamente cuestionadas en cada procedimiento.

Ejemplo de ello es la exigencia materializada en el artículo 31° de la Ordenanza Municipal N° 011- 2015-MPCH/A, desarrollada en líneas precedentes, la cual 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

---

<sup>10</sup> 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, pág. 15. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3621405/CEB%20-%20Lineamientos%20de%20la%20Comision%20de%20Eliminacion%20de%20Barreras%20Burocraticas> Consulta: 21.04.2025.

burocrática). No obstante, esta decisión no se extiende automáticamente a normativas similares emitidas por otras municipalidades.

En ese sentido, cuando se declara la inaplicación con efectos generales de una barrera burocrática, se busca evitar que los administrados deban presentar procedimientos administrativos idénticos frente a una exigencia ya declarada ilegal, lo que permite un uso más eficiente de los recursos tanto para los ciudadanos como para la administración. Sin embargo, ello no implica que una ordenanza con contenido similar, pero emitida por otro gobierno local, quede automáticamente sin efecto, ya que proviene de una autoridad administrativa distinta. Por tanto, mientras no se cuestione formalmente su legalidad o razonabilidad ante INDECOPI, dicha disposición seguirá siendo válida y exigible a todos los administrados dentro de la jurisdicción correspondiente.

Frente a esta situación —y con el propósito de evitar una carga innecesaria para el INDECOPI producto de múltiples pronunciamientos sobre el mismo asunto—, se plantea la necesidad de modificar el artículo 79° de la Ley Orgánica de Municipalidades.

### 3. EFECTOS DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACIÓN VIGENTE

La entrada en vigencia de la presente propuesta normativa implica una modificación puntual del artículo 79° de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, con la finalidad de delimitar con mayor claridad las competencias municipales en materia de autorización para la instalación de anuncios y avisos publicitarios:

LEY ORGÁNICA DE MUNICIPALIDADES	PROYECTO DE LEY
<b>ARTÍCULO 79.- ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO Y USO DEL SUELO</b>  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:  [...]  1.4. [...]   1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios y avisos publicitarios y propaganda política.	<b>ARTÍCULO 79.- ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO Y USO DEL SUELO</b>  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:  [...]  1.4. [...]   1.4.4. Autorizaciones para ubicación de anuncios o avisos publicitarios <b>en espacios de dominio público o en los</b>

[...].	<b>exteriores de establecimientos;</b> y propaganda política. [...].
3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales: [...] 3.6. [...] 3.6.3. Ubicación de avisos publicitarios y propaganda política. [...].	3. Funciones específicas exclusivas de las municipalidades distritales: [...] 3.6. [...] 3.6.3. Ubicación de avisos publicitarios <b>en espacios de dominio público o en los exteriores de establecimientos;</b> y propaganda política. [...].

#### 4. ANÁLISIS – COSTO BENEFICIO

Problema Identificado	Sujetos Involucrados	Objetivos del Proyecto de Ley	Alternativas de Solución	Indicadores
Barreras burocráticas municipales por ambigüedad de la Ley Orgánica de Municipalidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Funcionarios de municipalidades provinciales y distritales</li> <li>- Agentes económicos</li> <li>- Personas naturales con negocio</li> </ul>	Precisar en la Ley Orgánica de Municipalidades, que las autorizaciones que emite la autoridad municipal se limitan a la ubicación de anuncios y avisos publicitarios que se encuentren en el espacio exterior de un establecimiento o en la vía pública.	Modificar el artículo 79 de la Ley N°27972 - Ley Orgánica de Municipalidades	<p>TRÁMITE DE AUTORIZACIÓN DE PUBLICIDAD INTERIOR</p> <p>30 días hábiles de trámite municipal, sin observaciones.</p> <p>75 días hábiles si le deniegan.</p> <p>(30 días iniciales para respuesta, 15 días en apelación o reconsideración y 30 para la respuesta en segunda instancia).</p> <p>Adicionalmente en INDECOPI</p> <p>120 días hábiles en primera instancia</p> <p>120 días hábiles en segunda instancia.</p>

	Análisis Costo Beneficio	
--	--------------------------	--

Alternativas de Solución	Monetario (Cuantitativo)		No Monetario (Cualitativo)		Riesgos de No Aprobación del Proyecto de Ley
	Costo	Beneficio	Costo	Beneficio	
Modificar el artículo 79 de la Ley N°27972 - Ley Orgánica de Municipalidades			La presente iniciativa no genera gasto adicional al erario nacional, por tratarse de la modificación del artículo 79 de la Ley N°27972 Ley Orgánica de Municipalidades	Beneficios sociales y económicos para los agentes económicos y personas naturales con negocio que requieran colocar anuncios o avisos publicitarios dentro de galerías, centros comerciales y otros establecimientos similares. Al eliminar trabas burocráticas injustificadas, se facilitará el ejercicio de la actividad empresarial, en línea con el dinamismo que caracteriza al sector privado y promoviendo un entorno más favorable para el emprendimiento y la competitividad	Se busca evitar que los administrados deban presentar procedimientos administrativos idénticos frente a una exigencia ya declarada ilegal, lo que permite un uso más eficiente de los recursos tanto para los ciudadanos como para la administración municipal.

## 5. RELACIÓN DEL PROYECTO DE LEY CON LAS POLÍTICAS DE ESTADO DEL ACUERDO NACIONAL

Mediante Resolución Legislativa del Congreso N°006-2024-2025-CR<sup>i</sup>, el Congreso de la República ha establecido su Agenda Legislativa para el Periodo de Sesiones 2024 – 2025, ha priorizado la Política de Estado III del Acuerdo Nacional, referido a Competitividad en el país y el punto 18) concerniente a Búsqueda de la Competitividad, Productividad y Formalización de la Actividad Económica.

<sup>i</sup> <http://spij.minjus.gob.pe/Graficos/Peru/2024/Noviembre/02/RLC-006-2024-2025-CR.pdf>