

**GOBIERNOS REGIONALES****GOBIERNO REGIONAL DE MOQUEGUA**

**Acuerdo N° 176-2022-CR/GRM.-** Declaran en situación de emergencia a la Región Moquegua por sismo ocurrido el 12 de julio de 2022, y dictan otras disposiciones **35**

**GOBIERNO REGIONAL DE PIURA**

**Acuerdo N° 1948-2022/GRP-CR.-** Autorizan transferencia financiera a la Municipalidad Distrital de Frías para el financiamiento de la inversión "Creación del Servicio de Recreación Activa en el Centro Poblado La Cruz de Silahua del Distrito de Frías- Provincia Ayabaca - Departamento de Piura" **37**

**Acuerdo N° 1949-2022/GRP-CR.-** Autorizan Transferencia Financiera a la Municipalidad Distrital de Huarmaca, para el financiamiento de la inversión "Mejoramiento de los servicios de salud en el Centro De Salud de Tolingas I-2 en el caserío de Tolingas del distrito de Huarmaca - Provincia de Huancabamba, departamento de Piura" **40**

**Acuerdo N° 1951-2022/GRP-CR.-** Autorizan transferencia financiera a la Municipalidad Distrital de Suyo para el financiamiento de la inversión "Mejoramiento y Ampliación del Servicio de Agua Potable y Saneamiento en el caserío Puente Internacional del Distrito de Suyo - Provincia de Ayabaca - Departamento Piura" **43**

**GOBIERNOS LOCALES****MUNICIPALIDAD DE ANCON**

**D.A. N° 06-2022-MDA.-** Aprueban el Código de Ética de la Municipalidad Distrital de Ancón **46**

**PODER LEGISLATIVO****CONGRESO DE LA REPUBLICA****LEY N° 31515**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

**LEY QUE MODIFICA LA LEY 28874, LEY QUE REGULA LA PUBLICIDAD ESTATAL**

**Artículo 1. Modificación de los artículos 2, 3 y 5 de la Ley 28874, Ley que regula la publicidad estatal**

Se modifican los artículos 2, 3 —literal c)— y 5 de la Ley 28874, Ley que regula la publicidad estatal, en los siguientes términos:

**"Artículo 2.- Ámbito de aplicación de la Ley**

Se aplicará a los rubros de publicidad institucional de las entidades y dependencias que conforman el Gobierno Central, regional o local. La presente Ley no será de aplicación cuando se trate de notas de prensa, avisos sobre procedimientos a convocarse en el marco de la Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado y la publicación de normas que en cumplimiento de sus funciones desarrollan las entidades y dependencias del Gobierno Central, regional o local.

Tratándose de publicidad comercial que realicen los organismos y dependencias del Estado,

**D.A. N° 07-2022-A-MDA.-** Prorrogan plazo previsto en el Artículo Primero de las Disposiciones Finales de la Ordenanza N° 474-2022-MDA, mediante la cual se establecen beneficios extraordinarios **47**

**MUNICIPALIDAD DE PUEBLO LIBRE**

**D.A. N° 009-2022-MPL.-** Disponen el embanderamiento de inmuebles del distrito **47**

**MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR**

**D.A. N° 011-2022-ALC/MVES.-** Convocan a elecciones para elegir a los Representantes de la Sociedad Civil de Villa El Salvador ante el Consejo de Coordinación Local Distrital para el período 2022-2024 **48**

**PROVINCIAS****MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DEL CALLAO**

**D.A. N° 11-2022-DA/MPC.-** Incorporan Tercera Disposición Complementaria Final al "Reglamento Especial de Aplicación de la Ordenanza Municipal N° 008-2021 para la entrega anticipada de Áreas Reservadas para Vías Principales o de Tránsito Rápido en el Sector Este del Ex Fundo Oquendo" y el formato de minuta de Cesión de Propiedad Anticipada **49**

**MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MARISCAL NIETO**

**Ordenanza N° 017-2022-MPMN.-** Ordenanza Municipal que aprueba el Reglamento para las Elecciones Municipales en los Centros Poblados de jurisdicción de la provincia de Mariscal Nieto **50**

será de aplicación la presente Ley y el Decreto Legislativo 1044, Decreto Legislativo que Aprueba la Ley de Represión de la Competencia Desleal. Se entenderá por publicidad institucional, a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias.

**Artículo 3.- Requisitos**

Bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos: [...]

- c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo, impacto, localidad de los medios y la obligatoriedad de la vigencia de autorización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, en caso corresponda al tipo de medio. Deberá sustentarse técnicamente la razón por la que una determinada entidad o dependencia eligió a determinados medios de manera preferente, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas.

[...]

**Artículo 5.- Prohibiciones**

Las entidades y dependencias no podrán erogar recursos presupuestarios en beneficio de un candidato a cargo de elección popular o partido político alguno. Ningún funcionario de la entidad o dependencia que realice determinada campaña publicitaria podrá aparecer en las inserciones que se paguen en medios impresos, spots televisivos y radiofónicos que se difundan. La entidad o dependencia que adquiera los servicios de empresas privadas de publicidad o medio de

comunicación social buscará no privilegiar a una sola empresa, a menos que las erogaciones que se hagan estén sustentadas por las tarifas, el prestigio, la cartera y la eficacia de las prestadoras de dichos servicios.

Está prohibido excluir a los medios que operen en los distritos, provincias y regiones, debiéndose cumplir con lo establecido en el literal e) del artículo 3 cuando se adquieran los servicios de medios de comunicación para campañas sectoriales, orientadas a poblaciones de jurisdicciones o sectores. Respecto a la radio y la televisión, está prohibido contratar con medios de comunicación que no tengan autorización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones para prestar servicios de radiodifusión sonora y televisiva.

Asimismo, queda prohibido que las empresas especializadas en elaborar la pauta de los avisos (centrales de medios u otros) cobren porcentajes o pago adicional alguno, como comisión de servicio, a los medios de comunicación contratados para pasar los avisos de la publicidad estatal, bajo responsabilidad del proveedor y de la empresa que lo solicite.

Está prohibido contratar publicidad estatal haciendo uso de los recursos presupuestarios destinados a otros fines, así como contratar publicidad estatal que no cumpla con los fines institucionales o lo establecido en la presente ley”.

**Artículo 2. Incorporación de literales en los artículos 3 y 4, y de los artículos 9 y 10 en la Ley 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal**

Se incorporan los literales e), f) y g) en el artículo 3 y los literales g), h), i), j) y k) en el artículo 4, así como los artículos 9 y 10 en la Ley 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, con la siguiente redacción:

**“Artículo 3.- Requisitos**

Bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

[...]

e) Las entidades del Estado que contraten con los medios de comunicación privados, respecto de la radio y televisión, deben contratar a aquellos medios que operen en los distritos, provincias y regiones con una programación distribuida de la siguiente manera:

1. Cuando se trate de mensajes circunscritos a una localidad específica (distrito, provincia o región) y sean contratados por esa autoridad local, el setenta por ciento (70 %) de dicha distribución como mínimo debe ir a medios locales.
2. Cuando se trate de mensajes circunscritos a una localidad específica (distrito, provincia o región) y sean contratados por una autoridad nacional, el cincuenta por ciento (50 %) de dicha distribución como mínimo debe ir a medios locales.
3. Cuando se trate de mensajes dirigidos a nivel nacional, el treinta por ciento (30 %) de dicha distribución como mínimo debe ir a medios locales.

Para fines del presente artículo, se entiende por medio local a aquel que tiene el cincuenta por ciento (50 %) de programación local.

- f) El Estado, en sus diferentes niveles de gobierno, puede contratar publicidad, sin cargo ni cobro de comisiones, a través de medios de comunicación habilitados, de manera directa.
- g) En el marco de la Ley 30225, Ley de Contrataciones del Estado, toda institución pública presenta, dentro del plan anual de contrataciones, una sección sobre la planificación comunicacional estratégica de publicidad estatal, la cual debe contener como mínimo la siguiente información:
- i. Definición, descripción, inversión y justificación de las acciones, actividades, campañas,

programas, proyectos y otras necesidades comunicacionales a difundir como publicidad estatal, acorde con su finalidad institucional.

- ii. Pertinencia, impacto social, económico y producto esperado de acuerdo con sus metas u otros resultantes de la publicidad estatal a realizar.
- iii. Definición y ubicación geográfica de la población o público objetivo al cual está destinada la publicidad estatal a difundirse.
- iv. Marco legal acorde con las competencias y funciones de la entidad pública que contratará la pauta de publicidad.

**Artículo 4.- Criterios generales**

[...]

Los materiales que sean difundidos por las entidades y dependencias deberán estar orientados, de acuerdo a sus objetivos, preferentemente a:

[...]

- g) Promover una sociedad libre de violencia contra la mujer, niñas, niños y adolescentes implementando el enfoque de igualdad entre hombres y mujeres en la elaboración de materiales que sean difundidos.
- h) Informar sobre la necesaria reducción de los patrones socioculturales discriminatorios en la población, relacionados a la violencia contra la mujer y los integrantes del grupo familiar, excluyendo el morbo y sensacionalismo, sin prejuicios sexistas y valoraciones subjetivas ni revictimizando a la mujer.
- i) Promover activamente la igualdad de trato y la erradicación de conductas que favorezcan situaciones de desigualdad, lo que incluye la igualdad de trato y de oportunidades, el respeto a la diversidad, la integración de la perspectiva de igualdad, el fomento de acciones positivas y el uso de un lenguaje adecuado.
- j) Impulsar y favorecer los contenidos que sensibilicen a la sociedad sobre los derechos de las mujeres, el respeto y el reconocimiento de los saberes y aportes de las mujeres, y la lucha contra cualquier tipo y modalidad de violencia contra la mujer e integrantes del grupo familiar.
- k) Promover el conocimiento y la difusión de las lenguas oficiales en el Perú y de sus expresiones culturales, reflejando la diversidad cultural y lingüística de la ciudadanía.

**Artículo 9. Selección de las centrales de medios**

Para el cumplimiento del plan de comunicación estratégico, la entidad estatal puede contratar a una central de medios que debe ser seleccionada en concurso público. De no requerirse una central de medios o en situaciones de desastres (ya sea emergencias naturales, crisis sanitarias o médicas), las oficinas de comunicaciones de las entidades públicas de los tres niveles del gobierno asumen las funciones de las centrales de medios, teniendo como referencia para su plan aquellas debidamente constituidas.

**Artículo 10. Protocolos para el tratamiento adecuado de la violencia contra la mujer**

- 10.1. El Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables elabora el protocolo para el tratamiento adecuado de la violencia contra la mujer y los integrantes del grupo familiar en la publicidad estatal, orientado a la actuación ante la violencia contra la mujer y los integrantes del grupo familiar, así como la representación de las mujeres.
- 10.2. El protocolo mencionado en el párrafo 10.1. es una guía para asegurar que la publicidad estatal cumpla con criterios generales y prohibiciones ligadas a la lucha contra la violencia contra la mujer y los integrantes del grupo familiar, así como la promoción de la igualdad real entre mujeres y hombres. Incluye las pautas establecidas en el Reglamento de la Ley 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar”.

**DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES****PRIMERA. Acceso estadístico libre**

El Estado permite el acceso estadístico libre de la información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), con el fin de que cualquier persona natural o jurídica tenga acceso a esta información, lo cual permitirá a los medios locales y regionales obtener una mejor y más justa participación en la inversión publicitaria de las campañas del Estado.

**SEGUNDA. Publicación y difusión de gastos mensuales en publicidad**

La Presidencia del Consejo de Ministros, de manera trimestral, deberá publicar y difundir a través de su página web los gastos mensuales en publicidad que realice en medios contratados en coordinación con todos los sectores.

**TERCERA. Acciones de control**

La Contraloría General de la República del Perú realiza las acciones de control que correspondan en el marco de la presente ley.

**CUARTA. Reglamentación**

El Poder Ejecutivo, a través de la Presidencia del Consejo de Ministros, del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y de las instituciones competentes, reglamentarán y adecuarán en un plazo no mayor de 60 días los requisitos establecidos en la presente ley.

Comuníquese al señor Presidente de la República para su promulgación.

En Lima, a los veintisiete días del mes de junio de dos mil veintidós.

MARÍA DEL CARMEN ALVA PRIETO  
Presidenta del Congreso de la República

LADY MERCEDES CAMONES SORIANO  
Primera Vicepresidenta del Congreso de la República

AL SEÑOR PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

POR TANTO:

Mando se publique y cumpla.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los quince días del mes de julio del año dos mil veintidós.

JOSÉ PEDRO CASTILLO TERRONES  
Presidente de la República

ANÍBAL TORRES VÁSQUEZ  
Presidente del Consejo de Ministros

2087208-1

**LEY Nº 31516**

LA PRESIDENTA DEL CONGRESO  
DE LA REPÚBLICA

POR CUANTO:

EL CONGRESO DE LA REPÚBLICA;

Ha dado la Ley siguiente:

**LEY QUE MODIFICA EL DECRETO LEGISLATIVO 1154, DECRETO LEGISLATIVO QUE AUTORIZA LOS SERVICIOS COMPLEMENTARIOS EN SALUD, PARA MEJORAR LA COBERTURA DE LOS SERVICIOS DE SALUD EN EL SERVICIO PÚBLICO**

**Artículo único. Modificación de los artículos 2, 3, 4 y 5 del Decreto Legislativo 1154, Decreto Legislativo que Autoriza los Servicios Complementarios en Salud**

Se modifican los artículos 2, 3, 4 y 5 del Decreto Legislativo 1154, Decreto Legislativo que Autoriza los Servicios Complementarios en Salud, los que quedan redactados en los términos siguientes:

**“Artículo 2. Definición de los Servicios Complementarios en Salud**

El servicio complementario en salud es el servicio que el profesional de la salud o el profesional de la salud con segunda especialización presta en forma voluntaria, en el mismo establecimiento de salud donde labora o en otro establecimiento de salud, constituyendo una actividad complementaria adicional determinada por las entidades comprendidas en el ámbito de aplicación de la presente norma.

La entrega económica por el servicio complementario en salud debe encontrarse diferenciada en la planilla única de pagos donde tenga vínculo laboral el profesional de la salud.

Esta entrega económica no tiene carácter pensionable, no está sujeta a cargas sociales ni forma parte de la base del cálculo para la determinación de la compensación por tiempo de servicios. Se encuentra afecta al impuesto a la renta.

**Artículo 3. Servicios Complementarios en Salud**

3.1 Los servicios complementarios en salud que comprenden una entrega económica y constituyen el conjunto de actividades y procedimientos asistenciales que realizan los profesionales de salud de manera voluntaria se realizan por necesidad de servicio, adicional a su jornada ordinaria de trabajo y de acuerdo a la programación debidamente sustentada y aprobada por parte del director o responsable del establecimiento de salud por un máximo de doce horas por día, bajo las siguientes condiciones:

1. Fuera de su horario de trabajo o durante el goce de su descanso físico o período vacacional.
2. Queda prohibido programar los servicios complementarios en el descanso posguardia nocturna del profesional de la salud.
3. Los profesionales de salud especialistas o de segunda especialidad deben contar con el Registro Nacional de Grados y Títulos de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (Sunedu).

3.2 Los profesionales de salud especialistas o de segunda especialidad cesantes y jubilados que estén en aptitud física y mental pueden prestar servicios complementarios en salud, siempre y cuando cumplan con la última condición consignada en el numeral 3 del primer párrafo 3.1. En el Reglamento del presente decreto legislativo se establecen las normas que regulen su implementación. La aplicación del presente artículo no irroga gastos adicionales al tesoro público.

**Artículo 4. Pago de servicios complementarios en salud**

El pago de los servicios complementarios en salud se efectuará teniendo en cuenta lo siguiente:

- 4.1 Cuando los servicios complementarios en salud se brinden en el mismo establecimiento de salud, el pago por la prestación de los servicios se efectúa al profesional de la salud en el establecimiento de salud o unidad ejecutora o entidad con la cual tiene vínculo laboral, en un rubro diferenciado con cargo a la partida específica que para tal fin programe el gobierno regional.
- 4.2 Cuando los servicios complementarios en salud se brinden en otro establecimiento de salud, el pago se efectúa en el establecimiento de