

PROYECTO DE LEY


LIMITACIÓN DEL GASTO EN PUBLICIDAD EN ENTIDADES PÚBLICAS EN
RÉGIMEN DE MONOPOLIO

Artículo único. – Los Entes Autónomos, los Servicios Descentralizados, las Personas Públicas No Estatales, las Sociedades de Economía Mixta y las Sociedades Comerciales con participación estatal, de carácter industrial o comercial que presten servicios en régimen de monopolio, no podrán realizar gastos en publicidad, promoción o comunicación pública, salvo los vinculados a bienes o servicios que presten en régimen de competencia, y aquellos estrictamente necesarios para comunicar hechos que requieran difusión pública en salvaguarda del interés general, o sean indispensables para el correcto desenvolvimiento de los servicios a su cargo.

Montevideo, 9 de junio de 2025

JUAN MARTÍN JORGE
REPRESENTANTE POR MONTEVIDEO



	CAMARA DE REPRESENTANTES	
	DIVISION ADMINISTRACION DOCUMENTAL	
	FECHA	HORA
RECIBIDO	09/06/25.	15:13.
FUNCIONARIO:	333.	
CONTRAFIRMA:	[Handwritten signature]	

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

El cuidado responsable de los recursos públicos, provenientes de contribuyentes, usuarios o clientes, debe ser la regla y no la excepción. Sin embargo, en los últimos tiempos se ha observado una utilización poco eficiente de estos fondos por parte de diversos organismos estatales, especialmente a través de campañas de comunicación y publicidad intensificadas durante los períodos electorales.

La presente iniciativa legislativa tiene como finalidad establecer criterios claros para el uso de los recursos que las empresas públicas destinan a actividades de comunicación institucional.

En ese sentido, se propone restringir el gasto en publicidad por parte de empresas estatales que operan en régimen de monopolio, permitiéndolo únicamente en dos situaciones excepcionales: (i) cuando se trate de bienes o servicios ofrecidos en régimen de competencia, en los que resulta legítimo comunicar propuestas de valor para atraer usuarios; y (ii) cuando se trate de situaciones puntuales que requieran difusión pública por razones de interés general o para el adecuado funcionamiento de los servicios esenciales.

En contextos donde no existe competencia, el gasto en campañas publicitarias institucionales carece de una justificación válida, ya que no produce una utilidad pública concreta. Por el contrario, esos recursos podrían destinarse a mejorar la calidad de los servicios públicos.

Por las razones expuestas, el proyecto de ley que se pone a consideración del Cuerpo busca introducir una regulación que promueva una gestión más transparente, racional y eficiente de los fondos públicos destinados a comunicación y publicidad institucional.

Montevideo, 9 de junio de 2025

JUAN MARTÍN JORGE
REPRESENTANTE POR MONTEVIDEO



