



Resolución Ministerial No. 0243-2013-ED

Lima, 23 MAYO 2013

Vistos, el Informe N° 1756-2013-MINEDU/SG-OGA-UABAS y el Informe N° 640-2013-MINEDU-SG-OAJ; y,

CONSIDERANDO:

Que, con Oficio N° 073-2013-MINEDU/SPE-PLANMED-UMC, de fecha 18 de marzo de 2013, la Unidad de Medición de la Calidad Educativa de la Oficina de Planificación Estratégica y Medición de la Calidad Educativa solicitó a la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana la aprobación del Plan de Medios de la campaña publicitaria "Segundo Momento de la Movilización por la Transformación de la Educación 2013: Mejora de los Aprendizajes", específicamente acerca de la difusión de la Evaluación Censal de Estudiantes 2012, a fin que sea revisado y aprobado;

Que, en el referido Plan de Medios se indica que el objetivo de la mencionada campaña publicitaria es informar a los padres de familia que los informes de resultados de la Evaluación Censal de Estudiantes 2012 pueden ser recogidos en las escuelas, a fin que se informen acerca del nivel de rendimiento en comprensión lectora y matemática de sus hijos;

Que, en el mismo documento se señala que el Grupo Primario al que está dirigido la campaña publicitaria es el compuesto por los padres o tutores de niños en edad escolar, hombres y mujeres entre los 26 y 49 años de edad, de todos los niveles socioeconómicos y que la misma se desarrollará a nivel nacional y local, a través de televisión y emisoras radiales;

Que, con relación a los medios de comunicación televisivos, en el Plan de Medios se indica que deben cumplir con las siguientes características: (i) medios de cobertura nacional; (ii) canales con mayor sintonía dirigidos a padres de familia; (iii) programas con contenidos y formatos diversos, para tener un alcance del público objetivo, es decir, la compra se deberá concentrar en programas periodísticos, informativos y magazines más sintonizados por el público objetivo; (iv) canales que ofrezcan cortes comerciales para transmitir pautas publicitarias; (v) tarifas individuales que permitan calcular cantidad de avisos a considerar y no limiten las opciones de compra; y, (vi) para la pauta se consideran los programas estelares con mayor rentabilidad;

Que, del mismo modo, se evalúa la cobertura y calidad de señal porque es importante que se logre alcanzar la mayor cantidad de la población del país que tenga acceso a los medios de comunicación. En el caso de la televisión se tiene que las principales cadenas muestran una alta llegada, con un rango que va entre el 85% hasta el 95% de la cobertura del territorio urbano del país. Cabe destacar que es importante la presencia del canal del Estado, que a pesar de no ser medido por Ibope



en cuanto a audiencias, cuenta con niveles de cobertura y calidad de señal adecuadas para la campaña publicitaria;

Que, con relación a la radio local, en el Plan de Medios se indica que para Lima y Callao se ha seleccionado la emisora que mejor performance logra en el público objetivo y que también mantenga un adecuado perfil de programación;

Que, a través del Memorándum N° 120-2013-MINEDU/SPE-PLANMED-UMC, de fecha 21 de marzo de 2013, la Unidad de Medición de la Calidad Educativa de la Oficina de Planificación Estratégica y Medición de la Calidad Educativa solicitó a la Unidad de Abastecimiento la determinación del Valor Referencial para el servicio de difusión de spot televisivo y radial de la campaña publicitaria "Segundo Momento de la Movilización por la Transformación de la Educación 2013: Mejora de los Aprendizajes", que incluye la difusión de los informes de los resultados de la Evaluación Censal de Estudiantes 2012;

Que, la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, establece los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión debiéndose entender 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; asimismo, señala que para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá, entre otros, contar con un plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 0027-2013-ED, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Educación 2013, el cual ha sido modificado por las Resoluciones Ministeriales N° 0112-2013-ED y N° 0145-2013-ED; dicho Plan incluye a la campaña publicitaria "Segundo Momento de la Movilización por la Transformación de la Educación 2013: Mejora de los Aprendizajes" como una de las campañas a ejecutarse, la cual comprende a la difusión de la Evaluación Censal de Estudiantes 2012;

Que, el literal e) del artículo 20 de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobada por Decreto Legislativo N° 1017, modificado por la Ley N° 29873, ha establecido como causal de exoneración del proceso de selección cuando exista proveedor único de bienes o servicios que no admiten sustitutos, o cuando por razones técnicas o relacionadas con la protección de derechos, se haya establecido la exclusividad del proveedor;





Resolución Ministerial No. 0243-2013-ED

Que, el artículo 131 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobado mediante Decreto Supremo N° 184-2008-EF, modificado por el Decreto Supremo N° 138-2012-EF, establece que en los casos en que no existan bienes o servicios sustitutos a los requeridos por el área usuaria, y siempre que exista un sólo proveedor en el mercado nacional, la Entidad podrá contratar directamente. También se encuentran incluidos en esta causal los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación televisiva, radial, escrita o cualquier otro medio de comunicación;

Que, el artículo 21 de la Ley de Contrataciones del Estado dispone que las contrataciones derivadas de exoneración de procesos de selección se realizarán de manera directa, previa aprobación mediante Resolución del Titular de la Entidad, en función de los informes técnico y legal previos que obligatoriamente deberán emitirse;

Que, el Área de Programación y Costos de la Unidad de Abastecimiento de la Oficina General de Administración en el Estudio de Posibilidades que Ofrece el Mercado N° 0134-2013-MINEDU/SG-OGA-UABAS-PROC, de fecha 13 de mayo de 2013, ha determinado como valor referencial, para la contratación del servicio de difusión de spot televisivo y radial para la campaña publicitaria "Segundo Momento de la Movilización por la Transformación de la Educación 2013: Mejora de los Aprendizajes", el monto de S/. 646 985,98 (Seiscientos cuarenta y seis mil novecientos ochenta y cinco y 98/100 Nuevos Soles), incluidos todos los costos e impuestos de ley, el cual se compone de la siguiente manera: (i) Ítem N° 1 – Difusión de Spot Televisivo – Frecuencia Latina Representaciones S.A.C., por un valor de S/. 178 249,38 (Ciento setenta y ocho mil doscientos cuarenta y nueve y 38/100 Nuevos Soles); (ii) Ítem N° 2 – Difusión de Spot Televisivo – Cía. Peruana de Radiodifusión S.A., por un valor de S/. 198 054,89 (Ciento noventa y ocho mil cincuenta y cuatro y 89/100 Nuevos Soles); (iii) Ítem N° 3 – Difusión de Spot Televisivo – Panamericana Televisión S.A., por un valor de S/. 47 893,08 (Cuarenta y siete mil ochocientos noventa y tres y 08/100 Nuevos Soles); (iv) Ítem N° 4 – Difusión de Spot Televisivo – Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP, por un valor de S/. 42 338,40 (Cuarenta y dos mil trescientos treinta y ocho y 40/100 Nuevos Soles); (v) Ítem N° 5 – Difusión de Spot Televisivo - Andina de Radiodifusión S.A.C., por un valor de S/. 129 568,63 (Ciento veintinueve mil quinientos sesenta y ocho y 63/100 Nuevos Soles); y, (vi) Ítem N° 6 – Difusión de Spot Radial – Grupo RPP S.A.C., por un valor de S/. 50 881,60 (Cincuenta mil ochocientos ochenta y uno y 60/100 Nuevos Soles);

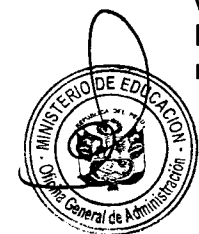
Que, con Informe N° 1756-2013-MINEDU/SG-OGA-UABAS, de fecha 14 de mayo de 2013, la Unidad de Abastecimiento de la Oficina General de Administración emite el informe técnico a través del cual precisa que el contenido de la campaña de publicidad solicitada no incumple lo dispuesto en el artículo 5 de la Ley N° 28774, Ley que regula la Publicidad Estatal, como se puede verificar en la impresión de la cuña radial y televisiva, visada por la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana; asimismo, se considera que la difusión de la campaña publicitaria solicitada responderá a características que distinguen a cada medio de



comunicación que brindará el servicio, acorde con los términos de referencia, en tal sentido, la difusión de la campaña publicitaria en los medios de comunicación detallados en el Plan de Medios, permite el logro de los objetivos trazados por las Institución;

Que, de acuerdo al referido Informe, los criterios utilizados para la selección de los medios, entre otros, son: (i) Rating y TGRP's: los canales han sido seleccionados por los niveles de audiencia en cada uno de sus programas, los cuales tienen los principales lugares de sintonía. Con el mix de canales y mix de programación seleccionados para la difusión de la campaña publicitaria, teniendo en consideración el universo del grupo subjetivo expuesto al medio televisivo (3 693,070), se llega a 384.6 TGRP's (sumatoria de puntos de rating en una pauta determinada, en relación a la duración de la campaña) con los canales con medición de audiencia (Ibope Media) que equivalen a 14 197 700 impactos duplicados (personas), según los estudios de medición para Lima y seis ciudades de Ibope; y, (ii) Experiencia: otro factor importante a considerar es la experiencia, por lo tanto la permanencia en el mercado de cada medio seleccionado ha sido considerada. La experiencia de los canales de televisión va de los 33 años (Andina de Radiodifusión S.A.C. – ATV – Canal 9) hasta los 71 años (Cía. Peruana de Radiodifusión S.A. – América Televisión - Canal 4). Las emisoras de radio tienen entre 15 y 49 años de permanencia en el mercado nacional;

Que, el Informe antes señalado concluye indicando que procede realizar una exoneración del proceso de selección para la contratación del servicio de transmisión de spot televisivo y radial de la campaña publicitaria "Segundo Momento de la Movilización por la Transformación de la Educación 2013: Mejora de los Aprendizajes", en canales de televisión y emisoras radiales, según relación de ítems, por la causal de proveedor único que no admite sustitutos; por un valor referencial total equivalente a S/. 646 985,98 (Seiscientos cuarenta y seis mil novecientos ochenta y cinco y 98/100 Nuevos Soles), incluidos todos los costos e impuestos de ley, según el siguiente detalle: (i) Ítem N° 1 – Difusión de Spot Televisivo – Frecuencia Latina Representaciones S.A.C., por un valor de S/. 178 249,38 (Ciento setenta y ocho mil doscientos cuarenta y nueve y 38/100 Nuevos Soles); (ii) Ítem N° 2 – Difusión de Spot Televisivo – Cía. Peruana de Radiodifusión S.A., por un valor de S/. 198 054,89 (Ciento noventa y ocho mil cincuenta y cuatro y 89/100 Nuevos Soles); (iii) Ítem N° 3 – Difusión de Spot Televisivo – Panamericana Televisión S.A., por un valor de S/. 47 893,08 (Cuarenta y siete mil ochocientos noventa y tres y 08/100 Nuevos Soles); (iv) Ítem N° 4 – Difusión de Spot Televisivo – Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – I RTP, por un valor de S/. 42 338,40 (Cuarenta y dos mil trescientos treinta y ocho y 40/100 Nuevos Soles); (v) Ítem N° 5 – Difusión de Spot Televisivo - Andina de Radiodifusión S.A.C., por un valor de S/. 129 568,63 (Ciento veintinueve mil quinientos sesenta y ocho y 63/100 Nuevos Soles); y, (vi) Ítem N° 6 – Difusión de Spot Radial – Grupo RPP S.A.C., por un valor de S/. 50 881,60 (Cincuenta mil ochocientos ochenta y uno y 60/100 Nuevos Soles);





Resolución Ministerial No. 0243-2013-FD

Que, la contratación a ser exonerada se encuentra incluida en el Plan Anual de Contrataciones correspondiente a la Unidad Ejecutora 026: Programa Educación Básica para Todos;

Que, a través del Memorando N° 3103-2013-MINEDU/SPE-UP, la Unidad de Presupuesto emitió la Certificación Presupuestal para la contratación del servicio de difusión de spot televisivo y radial de la referida campaña publicitaria, hasta por la suma de S/. 799 208,00 (Setecientos noventa y nueve mil doscientos ocho y 00/100 Nuevos Soles);

Que, la campaña publicitaria cumple con lo dispuesto por la Resolución Ministerial N° 232-2012-PCM que establece como política de comunicaciones del Poder Ejecutivo, la obligación de utilizar el logo y frase "Perú, progreso para todos", en toda publicidad institucional;

Que, estando a lo opinado en el Informe N° 1756-2013-MINEDU/SG-OGA-UABAS de la Unidad de Abastecimiento de la Oficina General de Administración y el Informe N° 640-2013-MINEDU/SG-OAJ de la Oficina de Asesoría Jurídica;

De conformidad con el Decreto Ley N° 25762, Ley Orgánica del Ministerio de Educación, modificado por la Ley N° 26510; el Decreto Legislativo N° 1017, Ley de Contrataciones del Estado, modificado por Ley N° 29873, y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 184-2008-EF y sus modificatorias; y, el Decreto Supremo N° 006-2012-ED, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) y el Cuadro para Asignación de Personal (CAP) del Ministerio de Educación;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar la exoneración, por causal de proveedor único que no admite sustituto, del proceso de selección correspondiente a la contratación del servicio de difusión de spot televisivo y radial de la campaña publicitaria "Segundo Momento de la Movilización por la Transformación de la Educación 2013: Mejora de los Aprendizajes", específicamente acerca de la difusión de la Evaluación Censal de Estudiantes 2012, por un valor referencial hasta por la suma de S/. 646 985,98 (Seiscientos cuarenta y seis mil novecientos ochenta y cinco y 98/100 Nuevos Soles), según el siguiente detalle: (i) Ítem N° 1 – Difusión de Spot Televisivo – Frecuencia Latina Representaciones S.A.C., por un valor de S/. 178 249,38 (Ciento setenta y ocho mil doscientos cuarenta y nueve y 38/100 Nuevos Soles); (ii) Ítem N° 2 – Difusión de Spot Televisivo – Cía. Peruana de Radiodifusión S.A., por un valor de S/. 198 054,89 (Ciento noventa y ocho mil cincuenta y cuatro y 89/100 Nuevos Soles); (iii) Ítem N° 3 – Difusión de Spot Televisivo – Panamericana Televisión S.A., por un valor de S/. 47 893,08 (Cuarenta y siete mil ochocientos noventa y tres y 08/100 Nuevos Soles); (iv) Ítem N° 4 – Difusión de Spot Televisivo – Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP, por un valor de S/. 42 338,40 (Cuarenta y dos mil trescientos treinta y ocho y 40/100 Nuevos Soles); (v) Ítem N° 5 – Difusión de Spot



Televisivo - Andina de Radiodifusión S.A.C., por un valor de S/. 129 568,63 (Ciento veintinueve mil quinientos sesenta y ocho y 63/100 Nuevos Soles); y, (vi) Ítem N° 6 – Difusión de Spot Radial – Grupo RPP S.A.C., por un valor de S/. 50 881,60 (Cincuenta mil ochocientos ochenta y uno y 60/100 Nuevos Soles).

Artículo 2.- La contratación que se exonera mediante la presente Resolución Ministerial, será financiada con cargo al presupuesto institucional del año 2013, por la Fuente de Financiamiento 1: Recursos Ordinarios, de la U.E. 026: Programa Educación Básica para Todos del Pliego 010 – Ministerio de Educación.



Artículo 3.- Disponer que la Unidad de Abastecimiento de la Oficina General de Administración realice las acciones necesarias, a fin de dar estricto cumplimiento a lo dispuesto en la presente Resolución Ministerial.

Artículo 4.- Disponer la publicación de la presente Resolución Ministerial y los informes que la sustentan, en el Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado – SEACE, dentro de los diez (10) días hábiles posteriores a su emisión, encargándose a la Unidad de Abastecimiento de la Oficina General de Administración, la remisión de una copia de la resolución y la documentación que la sustente a la Contraloría General de la República, con copia al Órgano de Control Institucional del Ministerio de Educación, dentro del mismo plazo.



Regístrese y comuníquese.



PATRICIA SALAS O'BRIEN
Ministra de Educación

