Firmado digitalmente por CASTILLO SANCHEZ Carlos Eleodoro FAU 20307167442 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 15.03.2024 11:34:07 -05:00

San Isidro, 15 de Marzo del 2024

**RESOLUCION N° 000024-2024-PROMPERU/GG**

# *Resolución de Gerencia General*

**VISTOS**, el Informe N° 0030-2024-PROMPERÚ/GG-OEIM-DEME del Coordinador de Estrategia de Medios; el Memorando N° 00138-2024-PROMPERÚ/GG-OEIM de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País; los Memorandos Nos. 000103 y 000123-2024-PROMPERÚ/DT-STI de la Subdirección de Promoción del Turismo Interno; los Memorandos Nos. 000120 y 148-2024-PROMPERÚ/DT de la Dirección de Promoción del Turismo; el Memorando N° 000272-2024-PROMPERÚ/GG-OAD-ULOG, el Informe N° 018-2024-ULOG y el Informe N° 000254-2024-PROMPERÚ/GG-OAD-ULOG de la Unidad de Logística; el Memorando N° 000204-2024-PROMPERÚ/GG-OAD de la Oficina de Administración; y el Informe N° 101-2024-PROMPERÚ/GG-OAJ de la Oficina de Asesoría Jurídica, y;

Firmado digitalmente por MARIN UGARTE Paola Mariella FAU 20307167442 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 15.03.2024 11:08:08 -05:00

**CONSIDERANDO:**

Que, de conformidad con el artículo 1 de la Ley N° 30075 “Ley de Fortalecimiento de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ”, la Entidad es un organismo técnico especializado con personería jurídica de derecho público interno que goza de autonomía funcional, técnica, económica, financiera, presupuestal y administrativa. Se encuentra adscrita al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y constituye un pliego presupuestal;

Firmado digitalmente por MOROMISATO AWAKON Andres FAU 20307167442 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 15.03.2024 10:11:58 -05:00

Que, conforme al artículo 4 de la mencionada Ley, PROMPERÚ es competente para formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes estratégicos y operativos institucionales de promoción de las exportaciones, el turismo y la imagen país, en concordancia con las políticas nacionales y sectoriales de comercio exterior y turismo;

Firmado digitalmente por LUNA FEIJOO Teresa De Jesus FAU 20307167442 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 15.03.2024 09:59:15 -05:00

Que, de acuerdo al artículo 60 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de PROMPERÚ, aprobado por Resolución de Presidencia Ejecutiva Nº 060-2019-PROMPERÚ/PE, en adelante ROF de PROMPERÚ, la Dirección de Promoción del Turismo, es el órgano de línea responsable de la promoción del turismo receptivo e interno, a través de la realización de actividades de promoción del destino Perú, de fortalecimiento de la gestión comercial de las empresas y de inteligencia turística, que contribuyan con el desarrollo sostenido y descentralizado del país, en concordancia con las políticas, lineamientos, objetivos y metas sectoriales;

Firmado digitalmente por CAVERO GAMARRA Daniel Ricardo FAU 20307167442 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 15.03.2024 09:53:01 -05:00

Que, según lo establecido en el artículo 20 del ROF de PROMPERÚ, la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País es el órgano responsable de idear, proponer, supervisar y evaluar la implementación de las estrategias y acciones de publicidad y comunicación para la promoción de las exportaciones, el turismo, la inversión empresarial y la imagen país, a nivel nacional e internacional, en coordinación con los órganos de línea y órganos desconcentrados; así como gestionar y coordinar entre otros con centrales de medios y

Firmado digitalmente por ESPEJO ESPINAL Leny Maria FAU 20307167442 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 15.03.2024 09:52:00 -05:00

Firmado digitalmente por CORRALES ORDUÑA Lizbeth Karina FAU 20307167442 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 15.03.2024 09:44:31 -05:00

demás prestadoras de servicios, el desarrollo y ejecución de las campañas, sobre la base de los planes publicitarios;

Que, la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País a través del Memorando N° 138-2024-GG-OEIM sustentándose en el Informe N° 000030-2024-PROMPERÚ/GG-OEIM-DEME del Coordinador de Estrategia de Medios, solicita la contratación del servicio de publicidad para la campaña de publicidad “Semana Santa”; el cual tiene como objeto el contratar publicidad en medios de comunicación para implementar una campaña de comunicación que coadyuve a impulsar los viajes de los peruanos dentro del territorio nacional con motivo de los feriados por semana santa;

Que, de acuerdo a los documentos mencionados precedentemente, para el cumplimiento del objetivo se requiere la contratación de los medios en televisión (señal abierta), radio, vía pública (OOH) y digital, por el monto total de S/ 2 894 128,74 (dos millones ochocientos noventa y cuatro mil ciento veintiocho con 74/100 soles), incluido impuestos, conforme se detalla en el plan de medios, y lo expuesto en los Memorandos Nos. 000103 y 123-2024-PROMPERU/DT-STI de la Subdirección de Promoción del Turismo Interno, así como en los Memorandos Nos. 000120 y 148-2024-PROMPERÚ/DT de la Dirección de Promoción del Turismo;

Que, el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado, aprobado por Decreto Supremo N° 082-2019-EF, establece que excepcionalmente, las Entidades pueden realizar contrataciones directas, para los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación televisiva, radial, escrita o cualquier otro medio de comunicación, según la ley de la materia;

Que, el literal g) del artículo 100 del Reglamento de la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado, aprobado por Decreto Supremo N° 344-2018-EF y modificatorias, en adelante el Reglamento, establece que la contratación de los mencionados servicios corresponde a aquellos que prestan directamente los medios de comunicación para difundir un contenido determinado al público objetivo al que se quiere llegar;

Que, el numeral 101.2 del artículo 101 del Reglamento, establece que la Resolución del Titular de la Entidad que apruebe la contratación directa requiere obligatoriamente del respectivo sustento técnico y legal, en el informe o informes previos, que contengan la justificación de la necesidad y procedencia de la Contratación Directa;

Que, mediante el Informe N° 000254-2024-PROMPERU/GG-OAD-ULOG la Unidad de Logística indica que la referida contratación se encuentra contenida en el ítem 135 del Plan Anual de Contrataciones, aprobado por Resolución Jefatural N° 018-2024-PROMPERÚ/GG-OAD; adjuntando al expediente el requerimiento del área usuaria que contiene los informes, memorandos, Términos de Referencia y el Plan de Medios; así como el Informe N° 018-2024-ULOG del Especialista en Contrataciones de la Unidad de Logística, el Resumen Ejecutivo, las Certificaciones de Crédito Presupuestario contenidas en las respectivas SBS y la determinación del procedimiento de selección de Contratación Directa por ítems, en atención a la descripción del servicio que contiene los Términos de

Referencia. Adicionalmente, en el referido informe se describe a detalle, entre otros, la selección y justificación técnica de medios, conforme al siguiente detalle:

| Ítem | proveedor | Monto S/. |
|---|---|---|
| 1 | ANDINA DE RADIODIFUSION S.A.C. | S/ 421,850.00 |
| 2 | COMPAÑIA LATINOAMERICANA DE RADIODIFUSION S.A. | S/ 519,294.41 |
| 3 | COMPAÑIA PERUANA DE RADIODIFUSION S.A. | S/ 1,170,877.03 |
| 4 | PANAMERICANA TELEVISION S.A. | S/ 125,927.63 |
| 5 | RADIO LA KARIBEÑA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | S/ 67,129.02 |
| 6 | CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C. | S/ 133,100.46 |
| 7 | GRUPO PANAMERICANA DE RADIOS S.A. | S/ 74,081.58 |
| 8 | GRUPORPP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA | S/ 101,704.20 |
| 9 | IWALL PERU S.A.C | S/ 58,661.48 |
| 10 | REAL PLAZA S.R.L. | S/ 59,000.00 |
| 11 | SUNMEDIA PERU SAC | S/ 162,502.93 |

Que, a través del Memorando N° 000204-2024-PROMPERU/GG-OAD, la Oficina de Administración brinda conformidad al Informe N° 000254-2024-PROMPERU/GG-OAD-ULOG la Unidad de Logística, mediante el cual señala que resulta viable la Contratación Directa del Servicio de publicidad para la campaña de publicidad “Semana Santa” al configurarse el supuesto previsto en el literal g) del artículo 27 de la Texto Único Ordenado de la Ley N° 30225, y al literal g) del artículo 100 de su Reglamento;

Que, asimismo, con Informe N° 101-2024-PROMPERÚ/GG-OAJ la Oficina de Asesoría Jurídica, manifiesta que se ha configurado el presupuesto previsto en el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley, referido a la contratación directa de Servicio de Publicidad para el Estado, por lo que resulta legalmente viable y procedente aprobar la Contratación Directa de Servicio de publicidad para la campaña de publicidad “Semana Santa”, considerando, además, que cuenta con la disponibilidad presupuestal, según las Certificaciones de Crédito Presupuestario contenidas en las Solicitudes de Bienes y Servicios Nros. SBS24001187 - CCP 0002417-2024, SBS24001189 - CCP 0002419-2024, SBS24001190 - CCP 0002420-2024, SBS24001191 - CCP 0002421-2024, SBS24001192 - CPP 0002422-2024, SBS24001193 - CPP 0002423-2024, SBS24001194 - CPP 0002424-2024, SBS24001195 - CPP 0002425-2024, SBS24001196 - CPP 0002427-2024, SBS24001197 - CPP 0002428-2024, SBS24001198 - CPP 0002429-2024; respectivamente, las mismas que fueron emitidas por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto;

Que, conforme a los antecedentes de los documentos de los vistos, y de acuerdo al análisis técnico y legal, se sustenta la contratación directa del Servicio de publicidad para la Campaña de Publicidad “Semana Santa”; bajo el supuesto de Servicios de Publicidad para el Estado, detallados en el plan de medios el cual cuenta con la aprobación de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, la Subdirección de Promoción del Turismo Interno y la Dirección de Promoción del Turismo;

De conformidad con lo dispuesto por el Texto Único Ordenado de la Ley N° 30225, y su Reglamento, la Ley N° 30075, la Ley de Fortalecimiento de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ y normas modificatorias; así como las facultades conferidas por la Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 001-2024-PROMPERÚ/PE;

Con la visación de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, la Dirección de Promoción del Turismo, la Subdirección de Promoción del Turismo Interno, la Oficina de Administración, la Unidad de Logística y la Oficina de Asesoría Jurídica;

**SE RESUELVE:**

**Artículo 1.-** Aprobar la contratación directa para llevar a cabo el Servicio de Publicidad para la campaña de publicidad "Semana Santa", bajo el supuesto de Servicios de Publicidad para el Estado, conforme al detalle establecido en el plan de medios e Informe N° 000030-2024-PROMPERÚ/GG-OEIM-DEME del Coordinador de Estrategia de Medios, en el Memorando N° 000138-2024-PROMPERÚ/GG-OEIM de la Oficina de Estrategia de Imagen y Marca País, así como en el Informe N° 000254-2024-PROMPERÚ/GG-OAD-ULOG y en el Informe N° 018-2024-ULOG de la Unidad de Logística, hasta por un monto total de S/ 2 894 128,74 (dos millones ochocientos noventa y cuatro mil ciento veintiocho con 74/100 soles), que corresponde a los Recursos Ordinarios.

**Artículo 2.-** Encargar a la Unidad de Logística de la Oficina de Administración, realice todas aquellas acciones que correspondan para la contratación directa del servicio de publicidad señalado en la presente resolución.

**Artículo 3.-** Establecer que el plazo de ejecución del servicio será del será del 20 de marzo hasta el 26 de abril de 2024, según el plan de medios y entrega de productos, previo perfeccionamiento del contrato, considerando que el plazo de la campaña es del 20 de marzo hasta el 27 de marzo de 2024.

**Artículo 4.-** Disponer que la Unidad de Logística publique la presente Resolución a través del SEACE, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su emisión o adopción, según corresponda.

**Artículo 5.-** Encargar al responsable de la actualización de la información del Portal de Transparencia Estándar de la PROMPERÚ, que como máximo al día siguiente de la emisión de la presente Resolución efectúe la publicación correspondiente en el Portal de Transparencia Estándar de la Entidad.

**Regístrese y comuníquese**

**Firmado digitalmente**
**Carlos E. Castillo Sánchez**
**Gerente General**