



RESOLUCIÓN DIRECTORAL
Nº 00104-2020-PRODUCE/OGA

05/06/2020

VISTOS:

El INFORME Nº 00000006-2020-PRODUCE/OCIIN, el INFORME Nº 00000122-2020-PRODUCE/OA de la Oficina de Abastecimiento y el INFORME Nº 00000010-2020-PRODUCE/OGA-mpollack; y,

CONSIDERANDO:

Que, mediante Resolución Secretarial Nº 001-2020-PRODUCE/SG, se aprobó el Plan Anual de Contrataciones de la Unidad Ejecutora 001 del Pliego 038: Ministerio de la Producción para el ejercicio fiscal 2020, modificado mediante Resoluciones Secretariales Nº 012-2020-PRODUCE/SG, Nº 015-2020-PRODUCE/SG y Nº 018-2020-PRODUCE/SG, incluyendo con número de referencia 046, la Contratación Directa, referida a la contratación del Servicio de difusión del contenido de la Pauta de Medios de las campañas que contempla los objetivos y lineamientos del Plan de Estrategia Publicitaria 2020 para la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional del Ministerio de la Producción;

Que, el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley de Contrataciones del Estado cuyo Texto Único Ordenado fue aprobado por el Decreto Supremo Nº 082-2019-EF, dispone que excepcionalmente las Entidades pueden contratar directamente con un determinado proveedor 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 de Contrataciones del Estado precisa respecto de la causal de servicios de publicidad con el estado, que en este supuesto 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, la Dirección Técnico Normativa del Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado - OSCE en la Opinión Nº 167-2017/DTN ha señalado que la configuración de esta causal debe respetar los parámetros establecidos por la Ley Nº 28874, Ley de Regula la Publicidad Estatal, señalando: *Como se puede apreciar, los requisitos antes mencionados buscan que toda Entidad que desee contratar servicios de publicidad, realice previamente lo*

Esta es una copia autenticada imprimible de un documento electrónico archivado por el MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 del D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas en la siguiente dirección web:

"<https://edocumentostramite.produce.gob.pe/verificar/>" e ingresar clave: 4SSEE260

EL PERÚ PRIMERO

que se denomina como “planificación de medios”; de modo tal que, producto de dicho análisis, se defina y sustente -entre otros aspectos- la elección de los medios que resultan idóneos para difundir determinado contenido. De esta manera, una vez realizada la planificación correspondiente y definidos aquellos medios de comunicación a través de los cuales se difundirá determinado contenido, la Entidad deberá proceder a contratar las pautas y/o espacios publicitarios correspondientes.

Que, en relación a lo establecido en el artículo 3 de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, se debe indicar lo siguiente:

Respecto del Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias

Mediante Resolución Ministerial N° 00155-2020-PRODUCE, de fecha 12 de mayo de 2020, el Ministerio de la Producción aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria, correspondiente al año fiscal 2020, propuesto por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional;

Mediante Informe N° 0000006-2020-PRODUCE/OCIIN, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, precisa que el Plan de Estrategia Publicitaria aprobado describe y explica la necesidad e importancia de efectuar la contratación de medios de comunicación para el servicio de difusión y la forma en que estas campañas propuestas contribuirán al logro de los objetivos trazados en el marco del estado de emergencia nacional que el país atraviesa por el impacto de la pandemia del COVID-19. Asimismo, se debe indicar que en el numeral 3.4 se señala lo siguiente: Para el presente año fiscal, se contempla una campaña de difusión, a fin de reforzar en la población que el Ministerio de la Producción ejerce competencia exclusiva en ordenamiento pesquero y acuícola, pesquería industrial, Acuicultura de Mediana y Gran Empresa (AMYGE), normalización industrial y ordenamiento de productos fiscalizados;

Respecto de la descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales a efectuarse

La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional a través del Informe N° 0000006-2020-PRODUCE/OCIIN, señala que el sustento y los objetivos de las campañas han sido desarrollados en el Plan de Estrategia Publicitaria 2020 del Ministerio de la Producción, aprobado por Resolución Ministerial N°155-2020-PRODUCE, a través del cual se describe y explica la necesidad e importancia de efectuar la contratación de medios de comunicación para el servicio de difusión y la forma en que estas campañas propuestas contribuirán al logro de los objetivos trazados en el marco del estado de emergencia nacional que el país atraviesa por el impacto de la pandemia del COVID-19;

Asimismo el “Plan de Estrategia Publicitaria 2020 Ministerio de la Producción”, adjunto como anexo integrante a la Resolución Ministerial N°155-2020-PRODUCE, contienen el numeral IV: DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PROGRAMADAS, a través de cual se sustentan y detallan las campañas publicitarias a realizar en el año fiscal 2020, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, y precisa que éstas se encuentran en el marco del Plan Operativo Institucional de la entidad;

Respecto de la Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión

Mediante INFORME N° 00000006-2020-PRODUCE/OCIIN la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional remite la justificación técnica sobre la definición y selección de los medios de comunicación más idóneos para difundir la campaña del Ministerio de la Producción, sustentado además las razones de su elección. Asimismo, de lo señalado en el referido Informe se desprende que los medios elegidos son los siguientes: GRUPORPP S.A.C., CORPORACIÓN UNIVERSAL S.A.C., CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC.; y, EMPRESA EDITORA EL COMERCIO SA;

Respecto del Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas

En el numeral 3.5 del Informe N° 00000006-2020-PRODUCE/OCIIN, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, señala lo siguiente: “El monto de inversión total asciende a S/ 999.247,90 incluido el Impuesto General a las Ventas, entre las tres campañas. Teniendo en consideración el presupuesto de inversión asignado, el tiempo de difusión, la segmentación del grupo objetivo y la importancia de las campañas; se ha seleccionado a las siguientes categorías de medios de comunicación: radios de cobertura nacional, radios mercados, redes sociales, páginas web, mensajes por redes móviles y diarios de cobertura nacional. Mix de medios que permite un mayor rendimiento de la inversión, tanto en cantidad de espacios de publicitarios, como en el tiempo de difusión”;

Asimismo, se aprecia que en las páginas 8, 9, 13, 14 y 15 del mencionado informe contienen el detalle de los costos por las campañas previstas en el Plan de Estrategia Publicitaria 2020 del Ministerio de la Producción de acuerdo a las pautas y medios de comunicación seleccionados por el área usuaria, cuyo resumen de inversión por campaña se encuentra detallado en la página 16;

Que, la Oficina de Abastecimiento mediante los INFORMES N° 006-2020/PRODUCE/OGA-OA.EMCV y N° 008-2020/PRODUCE/OGA-OA.EMCV, determinó que el valor estimado de la contratación asciende a la suma de S/ 936,310.00 (Novecientos treinta y seis mil trescientos diez con 00/100 Soles) y que el método de contratación a utilizar sería el procedimiento de selección de contratación directa; siendo que, mediante MEMORANDO N° 00001979-2020-PRODUCE/OP, de fecha 28 de mayo del 2020, se emite la aprobación de las Certificaciones de Crédito Presupuestario Nota N° 02013, 02014, 02015 y 02016;

Que, la Oficina General de Administración, mediante Formato N° 014-2020-PRODUCE/OA, de fecha 04 de junio de 2020, aprobó el expediente de contratación conforme a lo solicitado por la Oficina de Abastecimiento mediante el INFORME N° 00000121-2020-PRODUCE/OA;

Que, la Oficina de Abastecimiento en el INFORME N° 00000122-2020-PRODUCE/OA concluye que, de los requerimientos e INFORME N° 00000006-2020-PRODUCE/OCIIN de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, los documentos que lo sustentan, así como de la indagación de mercado, se advierte la configuración del supuesto de contratación directa conforme a lo previsto en el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley de Contrataciones del Estado cuyo Texto Único Ordenado fue aprobado por el Decreto Supremo N° 082-2019-EF, por lo que corresponde realizar el procedimiento de selección de Contratación

Esta es una copia autenticada imprimible de un documento electrónico archivado por el MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 del D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas en la siguiente dirección web:

"<https://edocumentostramite.produce.gob.pe/verificar/>" e ingresar clave: 4SSEE260

EL PERÚ PRIMERO

Directa. Asimismo, la referida oficina justifica la necesidad y procedencia de la referida contratación;

Que, el numeral 101.2 del artículo 101 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado señala que la resolución del Titular de la Entidad, acuerdo de Consejo Regional, acuerdo de Concejo Municipal o Acuerdo de Directorio en caso de empresas del Estado, según corresponda, 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, para luego seguir el procedimiento establecido en el artículo 102 del referido Reglamento;

Que, de acuerdo a lo previsto en el literal o) del numeral 4.1 del artículo 4 de la Resolución Ministerial N° 005-2020-PRODUCE, la facultad de aprobar la contratación directa contemplada en el literal g) del artículo 27 de la Ley ha sido delegada en el/la Director/a General de Administración;

Que, considerando la opinión de la Oficina de Abastecimiento y la opinión técnica de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, se considera que es legalmente factible proceder a la Contratación Directa, por la causal prevista en el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley de Contrataciones del Estado cuyo Texto Único Ordenado fue aprobado por el Decreto Supremo N° 082-2019-EF;

De conformidad con lo dispuesto por la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado cuyo Texto Único Ordenado fue aprobado por el Decreto Supremo N° 082-2019-EF, y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 344-2018-EF y sus modificatorias, el literal m) del artículo 46 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción aprobado por Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE; y, conforme a las facultades delegadas por la Resolución Ministerial N° 005-2020-PRODUCE.

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Autorizar la Contratación Directa del Servicio de difusión del contenido de la Pauta de Medios de las campañas que contempla los objetivos y lineamientos del Plan de Estrategia Publicitaria 2020 para la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional del Ministerio de la Producción por el monto ascendente a S/ 936,310.00 (Novecientos treinta y seis mil trescientos diez con 00/100 Soles), por la configuración de la causal prevista en el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley de Contrataciones del Estado cuyo Texto Único Ordenado fue aprobado por el Decreto Supremo N° 082-2019-EF, que se detalla a continuación:

ITEM	DESCRIPCION	CATEGORÍA DE MEDIOS	PROVEEDOR	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	MONTO S/	PLAZO
1	SERVICIO DE DIFUSIÓN DEL CONTENIDO DE LA PAUTA DE MEDIOS DE LAS CAMPAÑAS QUE CONTEMPLA LOS OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2020 EN MEDIOS RADIALES.	PUBLICIDAD RADIAL	GRUPORPP S.A.C.	Recursos Ordinarios	220,931.40	13 semanas
2	SERVICIO DE DIFUSIÓN DEL CONTENIDO DE LA PAUTA DE MEDIOS DE LAS CAMPAÑAS QUE CONTEMPLA LOS OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2020 EN MEDIOS RADIALES	PUBLICIDAD RADIAL	CORPORACIÓN UNIVERSAL S.A.C.	Recursos Ordinarios	185,637.59	13 semanas
3	SERVICIO DE DIFUSIÓN DEL CONTENIDO DE LA PAUTA DE MEDIOS DE LAS CAMPAÑAS QUE CONTEMPLA LOS OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2020 EN MEDIOS RADIALES	PUBLICIDAD RADIAL	CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC	Recursos Ordinarios	189,636.35	13 semanas

Esta es una copia autenticada imprimible de un documento electrónico archivado por el MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 del D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas en la siguiente dirección web:

"<https://edocumentostramite.produce.gov.pe/verificar/>" e ingresar clave: 4SSEE260



4	SERVICIO DE DIFUSIÓN DEL CONTENIDO DE LA PAUTA DE MEDIOS DE LAS CAMPAÑAS QUE CONTEMPLA LOS OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2020 EN PRENSA ESCRITA	PUBLICIDAD ESCRITA	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO SA	Recursos Ordinarios	199,358.74	26 semanas
5	SERVICIO DE DIFUSIÓN DEL CONTENIDO DE LA PAUTA DE MEDIOS DE LAS CAMPAÑAS QUE CONTEMPLA LOS OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2020 EN PÁGINA WEB	PÁGINA WEB	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO SA	Recursos Ordinarios	78,221.32	26 semanas
6	SERVICIO DE DIFUSIÓN DEL CONTENIDO DE LA PAUTA DE MEDIOS DE LAS CAMPAÑAS QUE CONTEMPLA LOS OBJETIVOS Y LINEAMIENTOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2020 EN REDES SOCIALES	REDES SOCIALES	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO SA	Recursos Ordinarios	62,524.60	26 semanas

Artículo 2.- Contratar directamente con los proveedores GRUPORPP S.A.C., CORPORACIÓN UNIVERSAL S.A.C., CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC y EMPRESA EDITORA EL COMERCIO SA el servicio detallado en el artículo 1.

Artículo 3.- Disponer que la Oficina de Abastecimiento de la Oficina General de Administración, realice la contratación directa que autoriza el artículo 1 de la presente resolución, conforme a lo dispuesto en el numeral 102.1 del artículo 102 del referido Reglamento.

Artículo 4.- Disponer que la Oficina de Abastecimiento de la Oficina General de Administración, publique en el Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado – SEACE la presente resolución, con los respectivos informes que la sustentan.

Artículo 5.- Publicar la presente Resolución Directoral en el Portal Institucional del Ministerio de la Producción: <http://www.produce.gob.pe>.

Regístrese, comuníquese y publíquese

Esta es una copia autenticada imprimible de un documento electrónico archivado por el MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 del D.S. 070-2013- PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas en la siguiente dirección web: "<https://edocumentostramite.produce.gob.pe/verificar/>" e ingresar clave: 4SSEE260

EL PERÚ PRIMERO