



Resolución Ministerial N° 0235-2013-ED

Lima, 15 MAYO 2013

Vistos, el Informe N° 1431-2013-MINEDU/SG-OGA-UABAS y el Informe N° 536-2013-MINEDU/SG-OAJ; y,

CONSIDERANDO:

Que, a través del Memorándum N° 139-2013-ME/VMGP-DIGEDD, de fecha 6 de febrero de 2013, la Dirección General de Desarrollo Docente solicita a la Unidad de Abastecimiento de la Oficina General de Administración la determinación del valor referencial para el servicio de difusión de spot televisivo y radial de la campaña publicitaria "Sostenimiento de la Ley de Reforma Magisterial", que se desarrolla en el marco de la "Campaña de Comunicación e Incidencia para la Política Integral de Desarrollo Docente", adjuntando el Pedido de Servicio N° 01217 y los Términos de Referencia correspondientes;

Que, con Memorándum N° 247-2013-MINEDU/VMGP-DIGEDD, de fecha 18 de marzo de 2013, la Dirección General de Desarrollo Docente solicitó a la Oficina General de Comunicación Social y Participación Ciudadana la aprobación del Plan de Medios de la referida campaña publicitaria, a través de la cual se continuará informando a la comunidad los beneficios que brinda la Ley N° 29944, Ley de Reforma Magisterial;

Que, en el referido Plan de Medios se indica que el objetivo de la campaña publicitaria es informar a los maestros y maestras de la Ley del Profesorado de los beneficios (mayores oportunidades de desarrollo profesional, mejor remuneración, evaluación y reconocimiento a su buen desempeño) que trae la Ley de Reforma Magisterial; asimismo, comunicar a los padres de familia que con maestros mejores capacitados obtendremos mejor calidad de educación en nuestros hijos, lo que beneficiará a todos con el mejoramiento de la calidad en educación;

Que, en el mismo documento se señala que el Grupo Primario al que está dirigido la campaña publicitaria es el compuesto por los Maestros y Maestras, Directores de Instituciones Educativas, Padres de Familia y Sociedad Civil; y, el Grupo Secundario está conformado por los Especialistas en educación, Estudiantes en pedagogía de los últimos ciclos de Institutos Superiores, así como el público en general;

Que, el Plan de Medios se basa en las siguientes estrategias: (i) Selección de Medios: los medios de comunicación seleccionados serán los de mayor nivel de rating y sintonía dentro de la población objetivo, de acuerdo a los horarios y programas de mayor audiencia e interés de segmento; (ii) Distribución efectiva de la pauta publicitaria: la que se realizará, de acuerdo a la calificación de los medios, considerando la movilidad por grupos sociales, identificando sus actividades laborales (es importante considerar en la distribución los niveles de audiencia y sintonía en tv y



radio durante el día) lo que va a permitir que la cobertura en la población sea más efectiva; y, (iii) Formulación estratégica del mensaje publicitario: es importante formular el mensaje de la campaña publicitaria, utilizando no solo técnicas comunicacionales y publicitarias, sino también psicológicas y sociales de acuerdo a la naturaleza de cada segmento y las condiciones de cada medio, no es lo mismo mensajes en prensa escrita, en televisión y en radio, como tampoco en paneles y otras formas;

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 "Sostenimiento de la Ley de Reforma Magisterial" como una de las campañas a ejecutarse;

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;

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





Resolución Ministerial No. 0235-2013-ED

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, de fecha 19 de abril de 2013, ha determinado como valor referencial, para la contratación del servicio de difusión de spot televisivo y radial para la campaña publicitaria "Sostenimiento de la Ley de Reforma Magisterial", el monto de S/. 1 218 546,68 (Un millón doscientos dieciocho mil quinientos cuarenta y seis y 68/100 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 – Cía. Peruana de Radiodifusión S.A., por un valor de S/. 416 933,29 (Cuatrocientos dieciséis mil novecientos treinta y tres y 29/100 Nuevos Soles); (ii) Ítem N° 2 – Difusión de Spot Televisivo – Andina de Radiodifusión S.A.C., por un valor de S/. 360 293,39 (Trescientos sesenta mil doscientos noventa y tres y 39/100 Nuevos Soles); (iii) Ítem N° 3 – Difusión de Spot Radial – Grupo RPP S.A.C., por un valor de S/. 334 176,00 (Trescientos treinta y cuatro mil ciento setenta y seis y 00/100 Nuevos Soles); y, (iv) Ítem N° 4 – Difusión de Spot Radial – Corporación Radial S.A.C., por un valor de S/. 107 144,00 (Ciento siete mil ciento cuarenta y cuatro y 00/100 Nuevos Soles);

Que, con Informe N° 1431-2013-MINEDU/SG-OGA-UABAS, de fecha 22 de abril 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 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 “Sostenimiento de la Ley de Reforma Magisterial”, 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/. 1 218 546,68 (Un millón doscientos dieciocho mil quinientos cuarenta y seis y 68/100 Nuevos Soles), incluido IGV, según detalle: (i) Ítem N° 1 – Difusión de Spot Televisivo – Cía. Peruana de Radiodifusión S.A., por un valor de S/. 416 933,29 (Cuatrocientos dieciséis mil novecientos treinta y tres y 29/100 Nuevos Soles); (ii) Ítem N° 2 – Difusión de Spot Televisivo – Andina de Radiodifusión S.A.C., por un valor de S/. 360 293,39 (Trescientos sesenta mil doscientos noventa y tres y 39/100 Nuevos Soles); (iii) Ítem N° 3 – Difusión de Spot Radial – Grupo RPP S.A.C., por un valor de S/. 334 176,00 (Trescientos treinta y cuatro mil ciento setenta y seis y 00/100 Nuevos Soles); y, (iv) Ítem N° 4 – Difusión de Spot Radial – Corporación Radial S.A.C., por un valor de S/. 107 144,00 (Ciento siete mil ciento cuarenta y cuatro y 00/100 Nuevos Soles);

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° 1289-2013-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 campaña publicitaria de “Sostenimiento de la Ley de Reforma Magisterial”, hasta por la suma de S/. 1 349 610,00 (Un millón trescientos cuarenta y nueve mil seiscientos diez 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° 1431-2013-MINEDU/SG-OGA-UABAS de la Unidad de Abastecimiento de la Oficina General de Administración y el Informe N° 536-2013-MINEDU-SG-OAJ 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 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; el Decreto Legislativo





Resolución Ministerial N° 0235-2013-ED

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;

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 "Sostenimiento de la Ley de Reforma Magisterial", por un valor referencial hasta por la suma de S/. 1 218 546,68 (Un millón doscientos dieciocho mil quinientos cuarenta y seis y 68/100 Nuevos Soles), según el siguiente detalle: (i) Ítem N° 1 – Difusión de Spot Televisivo – Cía. Peruana de Radiodifusión S.A., por un valor de S/. 416 933,29 (Cuatrocientos dieciséis mil novecientos treinta y tres y 29/100 Nuevos Soles); (ii) Ítem N° 2 – Difusión de Spot Televisivo – Andina de Radiodifusión S.A.C., por un valor de S/. 360 293,39 (Trescientos sesenta mil doscientos noventa y tres y 39/100 Nuevos Soles); (iii) Ítem N° 3 – Difusión de Spot Radial – Grupo RPP S.A.C., por un valor de S/. 334 176,00 (Trescientos treinta y cuatro mil ciento setenta y seis y 00/100 Nuevos Soles); y, (iv) Ítem N° 4 – Difusión de Spot Radial – Corporación Radial S.A.C., por un valor de S/. 107 144,00 (Ciento siete mil ciento cuarenta y cuatro y 00/100 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

