

**INFORME LEGAL N° 101-2010-MEM/OGAJ**

A : Sr. Jorge Luis Herbozo Pérez Costa
Secretario General

Ref. : Informe N° 115-2010-MEM-OGA/LOG

Asunto : Inclusión del proceso de selección en el PAC y Exoneración del servicio de publicidad, necesarios para lograr los objetivos del Plan Estrategia Publicitaria 2010.

Fecha : Lima, 27 de mayo de 2010.

Tengo el agrado de dirigirme a usted, en atención a los documentos de la referencia, informando a su despacho lo siguiente:

ANTECEDENTES:

1. De conformidad con la Constitución, el Decreto Ley N° 25962, Ley Orgánica del Sector Energía y Minas, y el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Energía y Minas, aprobado por Decreto Supremo N° 031-2007-EM, corresponde al Ministerio de Energía y Minas formular, en armonía con la política general y los planes del Gobierno, las políticas de alcance nacional en materia de electricidad, hidrocarburos y minería, supervisando y evaluando cumplimiento de dichas medidas.

En ese sentido, el Ministerio de Energía y Minas promueve el desarrollo integral y sostenible de las actividades minero - energéticas normando y/o supervisando, según sea el caso, el cumplimiento de las políticas de alcance nacional.

2. La Ley N° 28749, Ley General de Electrificación Rural, establece que corresponde al Ministerio de Energía y Minas un rol de promoción para el desarrollo de la electrificación rural a nivel nacional a través de la Dirección General de Electrificación Rural, órgano del Ministerio de Energía y Minas, así como con el apoyo de las empresas regionales de electricidad, teniendo como objetivo principal llegar al 90% del coeficiente de electrificación nacional para el año 2011.
3. Mediante Resolución Ministerial N° 051-2010-MEM/DM, fue aprobado el Plan de Estrategia Publicitaria 2010 del Ministerio de Energía y Minas, el mismo que fue modificado por Resoluciones Secretariales N° 047-2010-MEM/SEG, de fecha 09 de abril de 2010, y N° 048-2010-MEM/SEG, de fecha 16 de abril de 2010. Dicho Plan describe y explica la necesidad e importancia de efectuar la contratación de medios de comunicación para el servicio de publicidad; de la misma manera indica los beneficios que generaría dicho servicio y la forma en que esta campaña propuesta contribuirá al logro de los objetivos trazados por el Sector Energía y Minas para este año, específicamente en cumplimiento del rubro VI "Objetivo" del Plan de Estrategia Publicitaria, aprobado por el Despacho Ministerial.





ANALISIS:

4. Teniendo en cuenta la importancia de la electrificación rural dentro de la lucha contra la pobreza, como un aspecto fundamental de la política del Gobierno y del Sector, se considera necesario que se realicen acciones de difusión de las obras y acciones que el Ministerio de Energía y Minas mediante la ejecución de un promedio de 400 obras de electrificación rural a nivel nacional, dentro del marco de lo establecido en los literales a), d) y e) del artículo 4º de la Ley N° 28874, norma que establece los criterios generales para la realización de campañas de publicidad estatal. En tal sentido, se ha denominado a esta campaña "*Difusión del Plan Nacional de Electrificación Rural*", apreciándose que dicha campaña publicitaria se enmarca en la competencia sectorial del Ministerio de Energía y Minas.
5. Mediante Informe Técnico N° 012-2010-ME-SEG-IMA, de fecha 25 de mayo de 2010, la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones manifiesta haber realizado un spot publicitario de 30 segundos de duración, específicamente para radio, en el cual se emplea el concepto de "la difusión de la ampliación de la frontera eléctrica mediante la realización de obras de electrificación rural", las cuales precisamente llevan el servicio eléctrico a las zonas del país que carecían de este servicio, en costa, sierra y selva; haciendo notar que dicho material publicitario es nuevo y ha sido diseñado específicamente para la difusión de la acotada campaña publicitaria. En ese sentido, resalta la importancia del programa de electrificación rural para conocimiento de la ciudadanía en general, empleando mecanismos de difusión a través de estaciones de radio a nivel nacional, toda vez que la radio es el medio de comunicación tradicional que más llegada e impacto tiene en la población, de acuerdo a la cantidad de personas a las que llega, así como por la facilidad de acceso que tienen las personas a dicho medio de comunicación. Para ello se ha desarrollado la estrategia publicitaria conforme a la selección y recomendación de medios efectuada por la Consultora Central Media (para el servicio de Radio), que forma parte de dicho informe como Anexo I, del cual se desprende la información de sintonía a nivel nacional efectuada por la empresa CPI para radios, actualizada a Octubre 2009.
6. Con Informe Técnico N° 012-2010-ME-SEG-IMA se manifiesta que en cumplimiento de lo establecido en el literal c) del artículo 3º de la Ley N° 28874, se han escogido los medios de Radio, en la medida que los mismos cubren los requerimientos de alcance, sintonía y facilidad de acceso al Público Objetivo (*conformado por el público adulto a nivel nacional, es decir, hombres y mujeres de 20 a 60 años de los niveles socioeconómicos A, B, C, D y E de todo el país.*), al cual se quiere llegar con la indicada publicidad; por ende, se ha escogido a la radio como el medio más influyente y que además es el *mass media* preferido por la población para obtener información, según se desprende de la Encuesta – Estado de la Opinión Pública sobre Medios de Comunicación, elaborada por el Instituto de Opinión Pública de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Septiembre de 2009, la que forma parte de dicho informe como Anexo II.
7. Con Informe Técnico N° 012-2010-ME-SEG-IMA se manifiesta que a efectos de cumplirse con los criterios de selección establecidos en el literal c) del artículo 3º de la Ley 28874, en relación al medio de comunicación Radio, se ha realizado la selección de estaciones de Radio, la cual fue realizada en función de los siguientes criterios: "Estaciones de Radio que lideren el rating de alcance nacional, tengan contenidos informativos, culturales y deportivos, y que cumplan con los requisitos del literal c) del artículo 3º de la Ley 28874". Mediante el empleo del acotado criterio objetivo y la base de la información contenida en los Anexos I y II de dicho Informe, llegándose a la





selección del medio informativo de alcance nacional emisora Radio Programas del Perú – RPP.

8. Con Informe Técnico N° 012-2010-ME-SEG-IMA se manifiesta que según la selección y recomendación de medios realizada por la Consultora Central Media, se ha escogido a la emisora Radio Programas del Perú – RPP, para que brinde el servicio de publicidad antes descrito, por constituir la principal emisora del país de corte noticioso e informativo, considerada como la radio de mayor credibilidad, ya que tiene como conductores a líderes de opinión. Asimismo, la emisora transmite en simultáneo por las frecuencias AM y FM, llegando a más de 817 localidades a nivel nacional, y lidera el *prime time* radial en todo el país (horario de 06:30 AM a 13:30 PM). Precisamente, al ser la radio informativa por excelencia en el país, se ha escogido como el medio de radio escogido para realizar la presente campaña publicitaria, la cual se efectuará durante las emisiones de los cuarenta (40) partidos del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010, el cual será transmitido en exclusiva por RPP.
9. Con Informe Técnico N° 012-2010-ME-SEG-IMA se manifiesta que la pauta publicitaria establecida para Radio se ha señalado en un total de 120 avisos radiales de 30 segundos de duración, 480 menciones del mensaje que el Ministerio de Energía y Minas durante 6 segundos de duración, y adicionalmente un servicio consistente en la mención del lema seleccionado por el Ministerio de Energía y Minas durante cada "foul" en la emisión de los 40 partidos que serán transmitidos durante el Mundial de Fútbol. Por ende la *duración de la campaña será de 31 días calendario de campaña*, con alternancia de días y horarios para Estaciones de Radio conforme a la transmisión de partidos del Mundial Sudáfrica 2010, según se detalla en el Anexo III que forma parte del acotado Informe. El costo presupuestado en el medio antes mencionado para la campaña "*Difusión del Plan Nacional de Electrificación Rural*" es de S/.345 000.00 (Trescientos Cuarenta y Cinco Mil y 00/100 Nuevos Soles) incluido los impuestos de ley.
10. En esa línea, la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones del Ministerio de Energía y Minas ha presentado el Plan Estratégico de Comunicación, cumpliendo con los requisitos establecidos en el artículo 3° de la Ley N° 28874, el mismo que contiene los lineamientos de la publicidad institucional que el Ministerio utilizará.
11. Con el Informe Técnico N° 012-2010-ME-SEG-IMA, se manifiesta que para cumplir el Objetivo General del Plan de Estrategia Publicitaria 2010 del Ministerio de Energía y Minas, se ha considerado necesario solicitar una exoneración publicitaria en aplicación de la causal prevista en el literal f) del artículo 20° de la Decreto Legislativo N° 1017 – Ley de Contrataciones del Estado, por un periodo de treinta y uno (31) días calendarios comprendidos entre el 11 de junio y 11 de julio de 2010.
12. El artículo 2° de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, permite el uso de recursos públicos destinados a la publicidad institucional cuando se trata, entre otros supuestos, de promover conductas de relevancia social.
13. con Memorando N° 227-2010-MEM-SEG/IMAG, de fecha 27 de mayo de 2010, la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones justifica la contratación de publicidad por excepción, por razones de necesidad y utilidad pública, en atención a lo dispuesto por el artículo 192° de la Ley N° 26859, Ley Orgánica de Elecciones, concordante con el Reglamento sobre el uso de Publicidad Estatal en Elecciones Regionales y Municipales, aprobado por Resolución N° 057-2010-JNE.





14. Con el Informe N° 115-2010-MEM-OGA/LOG, de la Oficina de Logística, se manifiesta que del estudio de posibilidades que ofrece el mercado, se ha determinado al proveedor para el servicio de publicidad "Difusión del Plan Nacional de Electrificación Rural", *por un periodo de treinta y uno (31) días naturales*; considerando que resulta viable exonerar del proceso de selección correspondiente la contratación del proveedor ahí indicado por constituir un servicio personalísimo, en aplicación a lo dispuesto por el literal f) del artículo 20° de la Ley de Contrataciones del Estado, Decreto Legislativo N° 1017 (en adelante la Ley).
15. Con el Informe N° 115-2010-MEM-OGA/LOG se recomienda la contratación del servicio de *publicidad* "Difusión del Plan Nacional de Electrificación Rural", mediante la exoneración del proceso de selección Adjudicación Directa Pública, amparado en el literal f) del artículo 20° de la Ley, por constituir servicios personalísimos, debiendo disponerse la inclusión del proceso de selección correspondiente en el Plan Anual de Contrataciones; asimismo, hace notar que la contratación se realizaría por un período de treinta y un (31) días naturales hasta por un monto de S/. 345 000.00 (Trescientos Cuarenta y Cinco Mil y 00/100 Nuevos Soles), incluidos los impuestos de ley y cualquier otro tributo, con fuente de financiamiento Recursos Directamente Recaudados, adjuntando el Certificado Presupuestal N° 02139-1-2010-MEM-OGP/PRES.
16. El artículo 2° de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, permite el uso de recursos públicos destinados a la publicidad institucional cuando se trata, entre otros supuestos, de promover conductas de relevancia social.
17. El artículo 9° del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobado por Decreto Supremo N° 184-2008-EF establece que el Plan Anual de Contrataciones podrá ser modificado.
18. El literal f) del artículo 20° de la Ley de Contrataciones del Estado exonera de los procesos de selección, las contrataciones que se realicen cuando existan proveedores para prestar servicios personalísimos; contrataciones que en virtud de lo dispuesto por el artículo 21° de la Ley se realizarán de manera directa, debiendo ser aprobados en el presente caso por Resolución del Titular de la Entidad.
19. Asimismo, el artículo 132° del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobado por Decreto Supremo N° 184-2008-EF, establece que cuando exista un requerimiento de contratar servicios especializados profesionales, artísticos, científicos o tecnológicos, procede la exoneración por servicios personalísimos para contratar con personas naturales o jurídicas. Se encuentran incluidos en esta clasificación los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación televisiva, radial, escrita o cualquier otro medio de comunicación, en atención a las características particulares que los distinguen.

CONCLUSIONES:

20. Procede la inclusión del proceso de selección para el servicio de publicidad en Radio, en el Plan Anual de Contrataciones de la Unidad Ejecutora N° 001 MEM Central del Ministerio de Energía y Minas para el año fiscal 2010, de conformidad con el artículo 8° de la Ley de Contrataciones del Estado, Decreto Legislativo N° 1017.
21. Disponer que la Oficina General de Administración informe al Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado (SEACE) sobre la modificación del Plan Anual dispuesto por





"DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ"
"AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN ECONOMICA Y SOCIAL DEL PERÚ"

el artículo que antecede, dentro de los cinco (05) días hábiles siguientes de su aprobación; debiendo poner al alcance del público interesado en revisar o adquirir el Plan Anual de Contrataciones, un ejemplar del mismo al valor de su reproducción, y que lo publique en el portal de internet del Ministerio de Energía y Minas.

22. Procede aprobarse la exoneración del servicio de publicidad a que se contrae los numerales 14 y 15 que anteceden, al haberse configurado la causal para la contratación del servicio personalísimo, de conformidad con el literal f) del artículo 20º de Ley de Contrataciones del Estado, aprobado por Decreto Legislativo N° 1017.
23. Procede la contratación directa del servicio de publicidad en Radio, por un monto de S/. 345 000,00 (Trescientos Cuarenta y Cinco Mil y 00/100 Nuevos Soles), incluidos los impuestos de ley y cualquier otro tributo, por un período de treinta y uno (31) días calendario comprendidos entre el 11 de junio y 11 de julio de 2010, con cargo a la fuente de financiamiento Recursos Directamente Recaudados.
24. Se adjunta proyecto de Resolución Ministerial.

Atentamente,



César Zegarra Robles
Director General
Oficina General de Asesoría Jurídica