

**Informe Técnico N° 003 -2013-MEM-SEG-IMA**

Para : Abog. Ricardo Flores Herrera  
Director Oficina de Logística

Asunto : Exoneración del Proceso de Selección para Campaña Publicitaria  
Difusión de la ejecución de los proyectos energéticos y beneficios  
de los usos productivos de la electrificación.

Referencia : Plan de Estrategia Publicitaria del MEM 2013

Fecha : 14 de agosto de 2013

Es grato dirigirme a usted en atención al documento de la referencia, a través del cual la suscrita solicita –por encargo de la Alta Dirección- la contratación del servicio de espacios publicitarios en prensa escrita para la ***Difusión de ejecución de proyectos energéticos y beneficios de los usos productivos de la electrificación.***

En tal sentido, el sustento y los objetivos de esta campaña han sido desarrollados en el Plan de Estrategia Publicitaria 2013 del Ministerio de Energía y Minas, aprobado por Resolución Ministerial N° 038-2013-MEM/DM, por lo que corresponde a esta dependencia tomar las acciones necesarias para concretar la difusión en referencia.

El Plan de Estrategia Publicitaria describe y explica la necesidad e importancia de efectuar la contratación de medios de comunicación para el servicio de difusión en medios de comunicación. 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.

En el presente Informe se establece que se ha seleccionado y propuesto, bajo criterios objetivos, al medio de comunicación adecuado (en el caso de esta campaña: prensa escrita a nivel nacional) para realizar la difusión de la campaña publicitaria indicada en la referencia del presente informe, considerando el público objetivo al que se quiere llegar y la cercanía del medio escogido al público receptor del mensaje.

I. **Base Legal:**

La base legal de la presente exoneración se encuentra en las siguientes normas:

- Ley 28874 – Ley que regula la Publicidad Estatal;
- Decreto Legislativo N° 1017 - Ley de Contrataciones del Estado;
- Decreto Supremo N° 184-2008-EF – Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado;
- Ley N° 28278 – Ley de Radio y Televisión;
- Plan de Estrategia Publicitaria 2013 del MEM, aprobado por Resolución Ministerial N° 038-2013-MEM-DM.



II. **Adecuación de la Campaña Publicitaria a los Objetivos y Funciones del Ministerio de Energía y Minas.**

El artículo 4° del Decreto Supremo N° 031-2007-EM – Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Energía y Minas establece las funciones generales de la entidad.

Precisamente, en virtud a dicha norma, el Ministerio de Energía y Minas tiene por finalidad promover 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.

Asimismo, es una función institucional del MEM promover la inversión en el Sector (artículo 6°, literal a) del Decreto Ley 25962, Ley Orgánica del Sector Energía y Minas), función prevista también en los Planes Sectoriales de corto y mediano plazo de la entidad.

En tal sentido, se aprecia que la campaña publicitaria materia del presente informe se enmarca en la competencia sectorial del Ministerio de Energía y Minas, toda vez que en su calidad de autoridad rectora del Sector Energético Nacional, le corresponde difundir los Proyectos a ejecutarse, perspectivas de desarrollo para el país e impacto en la población.

De otro lado, es preciso tener en cuenta que la R.M. N° 043-2013-MEM/DM aprueba el Plan Operativo Institucional – POI 2013, que entre otros menciona la acción de publicación de avisos / publicidad para todo el año, en aplicación a lo establecido en la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.

II. **Descripción y justificación de la campaña**

**Descripción:** En el mes de abril del presente año, el Ejecutivo promulgo la Ley que crea el Sistema de Seguridad Energética en Hidrocarburos y el Fondo de Inclusión Social Energético (FISE) dando al proceso de masificación del gas natural un nuevo derrotero que abre la posibilidad de llevar el gas y sus beneficios a amplios sectores de poblaciones alejadas de los actuales sistemas de gasoductos.

La implementación del Gasoducto Sur Peruano, permitirá consolidar la masificación del gas natural en la Macro Región Sur y el desarrollo industrial que necesita el país a través de la generación de energía y la petroquímica. Creando un nuevo sistema de generación eléctrica con el Gasoducto Sur Peruano que permitirá implementar el Nodo Energético del Sur

Asimismo el Ministerio de Energía y Minas promueve el uso productivo de la electricidad, a fin de lograr un uso más intenso de la electricidad en comunidades rurales electrificadas, para contribuir a incrementar la productividad y ofrecer otros beneficios en los negocios, mejorando la calidad de vida en las comunidades rurales al generar mejores ingresos.

En tal sentido, se han realizado tres (03) encartes de cuatro páginas para medios escritos, en los cuales se difunde información sobre los proyectos energéticos a ejecutarse, las perspectivas de desarrollo para el país e impacto en la población, dichas piezas graficas se ha desarrollado en el marco de lo establecido en los literales a), d) y e) del artículo 4° de la Ley N° 28874, norma que establece los criterios generales para la realización de campañas de publicidad estatal.



A continuación se describe el contenido general de los encartes que serán publicados en la presente campaña publicitaria:

**Encarte N° 1:**

Masificación del gas natural. Conexiones de redes domiciliarias para gas natural en viviendas de Lima, Callao e Ica. Metas e impacto en la población.

Masificación energética en regiones: virtual GNC (zonas alto andinas), virtual GNL (Tacna, Moquegua, Arequipa, Ancash, La Libertad, Lambayeque, Cajamarca), nuevos proyectos (Piura, Pucallpa, Pasco, Huánuco, La Oroya)

Normas referidas a masificación energética y transporte.

**Encarte N° 2:**

Gasoducto Sur Peruano, nodo energético, polo petroquímico. Proyectos a ejecutarse y perspectivas de desarrollo para el país. Impacto en la población.

**Encarte N° 3:**

Usos productivos de la energía y sus beneficios en diferentes zonas del país. Proyectos ejecutados y perspectivas. Impacto en la población.

En ese sentido, es pertinente realizar la difusión de esta importante información del sector energía y minas para conocimiento de la ciudadanía en general, empleando mecanismos de difusión a través de prensa escrita a nivel nacional, que es uno de los medios de comunicación tradicional que más llegada e impacto tiene en la población, de acuerdo al índice de lectoría obtenido, así como por la facilidad de acceso que tienen las personas a dicho *mass media*. Para ello se ha desarrollado la estrategia publicitaria conforme al Informe de la Empresa SPEDYMEN'S SAC, que se adjunta como Anexo del presente Informe (Anexo I – Informe y Propuesta de Selección de Medios efectuada por SPEDYMEN'S SAC para el Ministerio de Energía y Minas con fecha 14 de agosto de 2013).

**II.1. PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA:**

**II.1.1. Objetivo**

Dar a conocer a la mayor cantidad posible de población adulta a nivel nacional (mayores de 18 años, con indiferencia de sexo e indistintamente de su residencia en zonas urbanas o rurales), el mensaje del sector Energía y Minas respecto a los proyectos energéticos a ejecutarse, las perspectivas de desarrollo para el país e impacto en la población.

**II.1.2. Definición del público objetivo:**

Está formado principalmente por público adulto, es decir, hombres y mujeres mayores de 18 años de todos los niveles socioeconómicos.



### **II.1.3. Plan de Medios (Plazo de ejecución):**

Para la difusión de la campaña se tendrá en cuenta lo siguiente:

Campaña a nivel nacional en prensa escrita, en diarios que se caracterice por ser un medio de análisis y credibilidad sólida en el tiempo medio, el mismo que cuente con la cobertura periodística y geográfica, buen índice de lectoría y cobertura a nivel nacional.

Se desarrollará en un periodo de treinta (30) días calendario, durante los meses de agosto y setiembre. Esto se detalla con la propuesta y recomendación de medios elaborado por la Empresa SPEDYMEN'S SAC que se adjunta como **Anexo I** del presente Informe.

### **III. PROPUESTA DE MEDIOS PUBLICITARIOS Y JUSTIFICACIÓN TÉCNICA DE LA PRESENTE EXONERACIÓN**

Para cumplir el Objetivo General del Plan de Estrategia Publicitaria 2013 del Ministerio de Energía y Minas, se ha considerado necesario solicitar una exoneración publicitaria para los principales medios de comunicación de prensa escrita ya que serán el medio para el cumplimiento de los objetivos de comunicación del MINEM y cuya selección estuvo en función de lo recomendado por la Empresa SPEDYMEN'S SAC, cuyo Informe se adjunta como Anexo I.

#### **Medios de Prensa Escrita:**

- Diario La República
- Diario Expreso
- Diario Perú 21

#### **III.1. La Inversión recomendada:**

El costo presupuestado en los medios antes mencionados para la campaña publicitaria para la difusión de los proyectos energéticos y sus usos productivos, es de S/. 95,915.40 Nuevos Soles (incluido los impuestos de ley).

*Detalle de la inversión recomendada:* Los medios a utilizar en prensa escrita son los siguientes:

- Diario La República
- Diario Expreso
- Diario Perú 21

*Duración y descripción de la campaña:* Prensa escrita (diarios tabloides) la campaña comprende la publicación de tres (03) encartes de cuatro (04) páginas, impresas a full color, publicados en un periodo de treinta días (30) calendario contados entre los meses de agosto y setiembre de 2013, según las siguientes características en cada diario:



Diario	Medidas	Formato
La República	37.43 cm x 26 cm (alto x ancho)	Berlines
Expreso	31 cm x 27.7 cm (alto x ancho)	Tabloide Refilado
Perú 21	27.5 cm x 24.5 cm (alto x ancho)	Tabloide

#### IV. Análisis técnico-normativo.

En el presente caso corresponde señalar que la presente exoneración se justifica en los alcances del literal e) del artículo 20° de la Ley de Contrataciones del Estado – DECRETO LEGISLATIVO 1017 (en adelante LA LEY) y el artículo 131° de su Reglamento, aprobado mediante Decreto Supremo N° 184-2008-EF (en adelante EL REGLAMENTO), normas aplicables al proceso de exoneración detallado en el presente Informe.

Al respecto, LA LEY y EL REGLAMENTO establecen las normas que deben observar las entidades del sector público en los procesos de contrataciones de bienes, servicios u obras.

El artículo 20° literal e) de LA LEY señala la causal de exoneración por servicios proveedor único de bienes y servicios, así como el artículo 131° de EL REGLAMENTO.

El artículo 21° de LA LEY establece que todas las exoneraciones se aprobarán mediante Resolución del Titular de la Entidad, siendo dicha facultad indelegable.

De conformidad a lo establecido en el Artículo 133° de EL REGLAMENTO, se requiere que la exoneración de todo proceso de selección cuente, entre otros, con un informe técnico y legal que contenga la justificación de la necesidad y procedencia de la exoneración.

De acuerdo a lo mencionado a lo largo del presente Informe, a juicio de esta Oficina, en el presente caso se configura la causal prevista en el literal e) del artículo 20° de LA LEY, que establece que están exonerados de los procesos de selección, las contrataciones cuando exista proveedor único de bienes o servicios que no admitan sustitutos, en el que se enmarca las contrataciones de servicio de publicidad para este caso en medio de comunicación televisiva, y que lo hace adecuado a las necesidades de la presente campaña publicitaria del Ministerio de Energía y Minas.

En tal sentido, resulta procedente aprobar la exoneración para la contratación del servicio de publicidad para la difusión de la ejecución de los proyectos energéticos y beneficios de los usos productivos de la electrificación. Cumpliendo con el logro de los objetivos establecidos en el Plan de Estrategia Publicitaria 2013 del Ministerio de Energía y Minas por la suma de S/. 95,915.40 Nuevos Soles de acuerdo al siguiente detalle:



Empresa	Soporte	Total de inversión (Inc.IGV)
Empresa Editora El Comercio S.A.	PERÚ 21	S/. 41,715.40
SINDESA S.A.	EXPRESO	S/. 18,800.00
Grupo La Republica SAC	LA REPUBLICA	S/. 35,400.00
<b>Total</b>		<b>S/. 95,915.40</b>

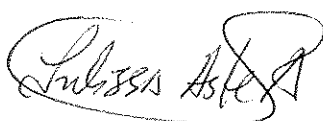
## V. CONCLUSIÓN

Por lo expuesto anteriormente y de conformidad a lo establecido en el literal e) del artículo 20° de LA LEY, técnicamente resulta procedente aprobar la exoneración del proceso de selección correspondiente a la contratación del servicio de publicidad para la difusión de pieza gráfica para la difusión de la ejecución de los proyectos energéticos y beneficios de los usos productivos de la electrificación, necesarias para lograr los objetivos del Plan de Estrategia Publicitaria del MEM, por la suma antes indicada. Asimismo, resulta acreditada la necesidad de exoneración de la contratación de dicho servicio, habida cuenta de que la campaña planteada cuenta con objetivos determinados, que se cumplirán en la medida que la pauta publicitaria y los medios escogidos sean los más idóneos para cumplir con dichos objetivos.

A fin de emitir la Resolución que apruebe la exoneración del proceso de selección correspondiente para la contratación del servicio de publicidad, es necesaria la emisión de un informe legal que contenga la procedencia y necesidad de la exoneración, el mismo que debe ser expedido por la Oficina General de Asesoría Jurídica del Ministerio.

Es cuanto tengo que informar.

Atentamente,



.....  
 Lic. JULISSA ASTE ALCANTARA  
 Directora (e)  
 Oficina de Asesoría Jurídica y Consultorías