



Resolución Ministerial N° 263-2012-MC

Lima, 06 JUL. 2012

VISTOS, el Informe N° 426-2012-OGAJ-SG/MC de fecha 06 de julio de 2012, de la Oficina General de Asesoría Jurídica, el Memorando N° 479-2012-OGPP-SG/MC de fecha 04 de julio de 2012, del Director General de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto; el Informe N° 390-2012-OGA-OL de fecha 04 de julio de 2012, de la Jefa de la Oficina de Logística; el Memorando N° 00114-2012-OCII-SG/MC mediante el cual la Jefa de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional adjunta el Informe Técnico: Propuesta y Justificación Técnica de Selección de Medios;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Ley N° 29565 se creó el Ministerio de Cultura como organismo del Poder Ejecutivo con personería jurídica de derecho público, el cual constituye pliego presupuestal del Estado;

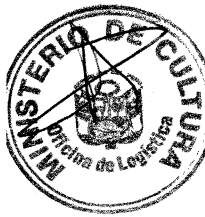
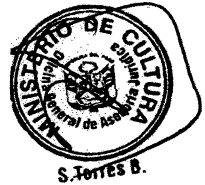
Que, la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, establece los criterios generales para el uso de recursos por las instancias del gobierno nacional, gobierno regional y gobierno local, para el rubro de publicidad en prensa escrita, radio y televisión;

Que, en el marco normativo descrito precedentemente, mediante Resolución Ministerial N° 258-2012-MC, de fecha 05 de julio de 2012, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura para el Año 2012;

Que, la Ley de Contrataciones del Estado, en adelante la Ley, aprobada por Decreto Legislativo N° 1017, y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 184-2008-EF, en adelante el Reglamento, establecen las normas que deben observar las entidades del Sector Público en los procesos de contratación de bienes, servicios u obras, estableciéndose en el literal f) del Artículo 20° de la Ley que, están exoneradas de los procesos de selección las contrataciones que se realicen para los servicios personalísimos con la debida sustentación objetiva;

Que, el Artículo 21° de la Ley, establece que las contrataciones derivadas de exoneración de procesos de selección se realicen de 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 Artículo 132° del Reglamento, 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, siempre que se sustente objetivamente la especialidad del



proveedor relacionada con sus conocimientos profesionales, artísticos, científicos o tecnológicos que permitan sustentar de modo razonable e indiscutible su adecuación para satisfacer la complejidad del objeto contractual; la experiencia reconocida en la prestación objeto de la contratación; y, una comparación favorable frente a otros potenciales proveedores que estén en la capacidad de brindar el servicio;

Que, asimismo establece que 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;

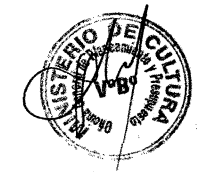
Que, mediante Memorando N° 00114-2012-OCII-SG/MC la Jefa de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional adjunta el Informe Técnico: Propuesta y Justificación Técnica de Selección de Medios elaborado por la citada Oficina, en el cual señala que el pasado 04 de abril se realizó la entrega física del Gran Teatro Nacional al Ministerio de Cultura, por parte del Consorcio GYM – GYD, la cual cuenta con infraestructura nueva, así como con maquinaria, mobiliarios y equipos de última generación y de muy elevado costo que ponen dicha obra a la vanguardia a nivel latinoamericano;

Que, la referida Oficina señala que el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Cultura para el Año 2012, contempla la Campaña Publicitaria para la Apertura del Gran Teatro Nacional, cuyo objetivo es informar a la población sobre su próxima inauguración;

Que, conforme al Informe Técnico emitido por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, la Campaña Publicitaria para la Apertura del Gran Teatro Nacional deberá contar con la difusión de avisos en prensa escrita, así como la emisión de spots televisivos, para lo cual la selección de los medios ha sido producto de un análisis cualitativo (medios, rating, nivel de credibilidad, así como otras condiciones que se puedan medir) y cuantitativo (costo); asimismo, señala como sustento adicional para la determinación de los medios de comunicación, el nivel de distribución a nivel nacional, así como en el tiraje emitido;

Que, en tal sentido, la Jefa de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, concluye que la Campaña Publicitaria para la Apertura del Gran Teatro Nacional se desarrollará durante el mes de julio de 2012, proponiendo la contratación del Diario El Comercio y Publmetro, en cuanto a prensa escrita, y la realización de spots publicitarios a través de TV Perú, cuyo costo total asciende a la suma de Cuarenta y Cinco Mil Novecientos Treinta y Siete y 28/100 Nuevos Soles (S/. 45,937.28);

Que, mediante Informe N° 390-2012-OGA-OL de fecha 04 de julio de 2012, la Jefa de la Oficina de Logística emite opinión técnica, señalando que toda vez que la difusión debe ser a nivel nacional y a través de distintos medios de comunicación, no es posible realizar un proceso de selección cuya finalidad sea seleccionar a un solo proveedor para la prestación de determinado servicio y porque además no sería posible





Resolución Ministerial N° 263-2012-MC

realizar una evaluación uniforme debido a que cada medio reúne sus propias características y se dirige a diversos públicos objetivo; en tal sentido, concluye que en el marco de lo dispuesto en el Artículo 132° del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, resulta procedente exonerar por la causal de servicios personalísimos, la contratación de los servicios de publicidad necesarios para la Campaña de Apertura del Gran Teatro Nacional;

Que, mediante Memorando N° 479-2012-OGPP-SG/MC de fecha 04 de julio de 2012, el Director General de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, señala en relación a la propuesta remitida por la Jefa de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional para la Campaña Publicitaria de Apertura del Gran Teatro Nacional, que se cuenta con recursos presupuestales por la suma de S/. 46 000,00, por la Fuente de Financiamiento Recursos Ordinarios;

Que, en tal sentido se ha configurado la causal prevista en el literal f) del Artículo 20° de la Ley de Contrataciones del Estado, por lo que resulta procedente aprobar la exoneración para la contratación de los servicios de publicidad estatal necesarios para la Campaña de Apertura del Gran Teatro Nacional;

Estando a lo visado por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, Oficina de Logística, la Oficina General de Administración, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto y la Oficina General de Asesoría Jurídica; y,

De conformidad a la Ley de Contrataciones del Estado, aprobada por Decreto Legislativo N° 1017 y su Reglamento;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Exonerar por la causal de servicios personalísimos, la contratación de los servicios de publicidad necesarios para la Campaña de Apertura del Gran Teatro Nacional, hasta por la suma de Cuarenta y Cinco Mil Novecientos Treinta y Siete y 28/100 Nuevos Soles (S/. 45,937.28), con cargo a la Fuente de Financiamiento Recursos Ordinarios.

Artículo 2°.- Conforme a lo expresado en el Informe Técnico: Propuesta y Justificación Técnica de Selección de Medios, formulado por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, los medios de comunicación con los que se contratará para la ejecución de la Campaña de Apertura del Gran Teatro Nacional, son los que a continuación se detallan:

Grupo El Comercio	S/. 35 232,32
TV Perú	S/. 10 704,96
Total	S/. 45 937,28



Artículo 3°.- Autorizar a la Oficina General de Administración a efectuar las contrataciones con los medios de comunicación señalados en el artículo precedente, en forma directa mediante acciones inmediatas, con estricta observancia de las disposiciones contenidas en la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento.

Artículo 4°.- Encargar a la Oficina General de Administración la publicación de la presente Resolución en el Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado - SEACE, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de aprobación, conforme a lo dispuesto en el Artículo 134° del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Artículo 5°.- Encargar a la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional la publicación de la presente Resolución en el portal institucional del Ministerio de Cultura.

Artículo 6°.- Encargar a la Secretaría General del Ministerio de Cultura que remita copia de la presente Resolución, así como los informes técnicos y legal que la sustentan a la Contraloría General de la República y al Órgano de Control Institucional, dentro de los diez (10) días siguientes a su aprobación.

REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE


LUIS ALBERTO PEIRANO FALCONI
Ministro de Cultura

