

# Gobierno Regional del Callao

## Acuerdo del Consejo Regional N° 000093

Callao, 02 de julio del 2013

El Consejo del Gobierno Regional del Callao, en sesión celebrada el 02 de julio del 2013, con el voto UNÁNIME de los Consejeros Regionales presentes y en uso de las facultades conferidas por la Ley Orgánica de Gobiernos Regionales Ley N° 27867 y el Reglamento Interno del Consejo Regional del Callao;

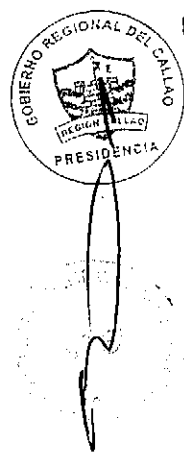
### VISTOS:

El Informe N° 088-2013-GRC/GGR/OIIP de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo; el Informe N° 128-2013-GRC/GA-OL-ABL de la Oficina de Logística de la Gerencia de Administración; el Memorandum N° 1419-2013-GRC/GRPPAT de la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial; el Informe N° 1011-2013-GRC/GAJ de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y, el Dictamen N° 059-2013-GRC/CR-CA de la Comisión de Administración Regional del Consejo Regional del Gobierno Regional del Callao;

### CONSIDERANDO:

Que, mediante Informe N° 088-2013-GRC/GGR/OIIP, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, emite el siguiente Informe Técnico:

1. Como indica en el **PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2013**, el Gobierno Regional del Callao, realiza una serie de actividades de carácter institucional y vinculado a los múltiples servicios que se brinda a la población. En tal sentido, se requiere elaborar el Plan de Estrategia Publicitaria del Gobierno Regional del Callao, documento de gestión para la programación y ejecución de campañas publicitarias en los distintos sectores como: Ejecución e Inauguración de obras, asimismo es la encargada de convocar a la participación de la población en eventos sociales, culturales, deportivos, entre otros.
2. Asimismo, señalamos como objetivos de nuestro Plan: 1.- Asegurar la transferencia informativa en el diseño de los mensajes de las campañas publicitarias de las actividades y/o proyectos que realiza el Gobierno Regional del Callao, puedan ser percibidos por la población en general, así como por los agentes económicos como procesos de fortalecimiento institucional y empoderar el capital social de la Región Callao; 2.- Optimizar los recursos asignados al gasto de publicidad del Gobierno Regional del Callao, mediante el diseño y la ejecución de campañas publicitarias con alta efectividad, recurriendo a los medios de mayor audiencia, lectoría y lugares de mayor recurrencia o tránsito vehicular y peatonal; y 3.- Programar en forma oportuna el requerimiento de los servicios de publicidad a fin de cumplir con las pautas programadas en los medios seleccionados en cada campaña publicitaria.
3. Al respecto, se debe señalar que el artículo 20° de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobada por el Decreto Legislativo N° 1017 (vigente conforme dispone el Decreto de Urgencia N° 14-2009 a partir del 01/02/2009), están exoneradas de los procesos de selección las contrataciones que se realicen: a) Entre Entidades, siempre que en razón de costos de oportunidad resulten más eficientes y técnicamente viables para satisfacer



la necesidad y no se contravenga lo señalado en el artículo 60 de la Constitución Política del Perú; b) Ante una situación de emergencia derivada de acontecimientos catastróficos o de acontecimientos que afecten la defensa o seguridad nacional o de situaciones que supongan el grave peligro del que ocurra alguno de los supuestos anteriores; c) Ante una situación de desabastecimiento debidamente comprobada que afecte o impida a la Entidad cumplir con sus actividades u operaciones, debiendo determinarse, de ser el caso, las responsabilidades de los funcionarios o servidores cuya conducta hubiera originado la configuración de esta causal; d) Con carácter de secreto, secreto militar o por razones de orden interno, por parte de las Fuerzas Armadas, la Policía Nacional del Perú y los organismos conformantes del Sistema Nacional de Inteligencia, que deban mantenerse en reserva conforme a ley, previa opinión favorable de la Contraloría General de la República; e) 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; y, f) Para los servicios personalísimos prestados por personas naturales, con la debida sustentación objetiva.

4. Conforme el artículo 131° del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobada por el Decreto Supremo N° 184-2008-EF (vigente conforme dispone el Decreto de Urgencia N° 14-2009 a partir del 01/02/2009), Proveedor único de bienes o servicios que no admiten sustitutos, *"En los casos en que no existan bienes o servicios sustitutos a los requeridos por el área usuaria, y siempre que exista un solo proveedor en el mercado nacional, la Entidad podrá contratar directamente.*

*También se considerará que existe proveedor único en los casos que por razones técnicas o relacionadas con la protección de derechos de propiedad intelectual se haya establecido la exclusividad del proveedor.*

***Adicionalmente, 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.***

5. Conforme es de verse de la precitada norma, aparte de los supuestos de de proveedor único establecidos en el primer párrafo de la citada norma, también se inserta en esta causal de exoneración, los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación televisiva, radial, escrita o cualquier otro medio de comunicación, teniendo en cuenta las características particulares que los distinguen. Así, conforme lo detalláramos, en el Plan de Medios para esta campaña aprobado por Resolución Gerencial N° 619-2013-Gobierno Regional del Callao-GGR adjuntos al estudio de las posibilidades que ofrece el mercado, se señala que en base a los estudios vigentes se analizó el nivel de televidentes y audiencia tomando en cuenta el Ranking de Programación de los diferentes programas emitidos por los canales de televisión, esto nos permite captar una mayor audiencia según la preferencia del televidente. Con todos los puntos anteriores se realizó la evaluación de la rentabilidad de cada medio de acuerdo a sus costos. Asimismo el seguimiento y evaluación de las campañas publicitarias, su eficiente programación, ejecución, y difusión amerita la participación de la Oficina Institucional y Protocolo (OIIP), cumpliéndose con el supuesto de que el presente informe técnico de exoneración se hace en atención a las características particulares que los distinguen a los medios de comunicación elegidos.

6. Así, respecto a las características particulares que los distinguen a los medios de comunicación elegidos, en el Informe N° 080-2013-GRC/GGR/OIIP señalamos que:



En el Plan de Medios adjunto se presenta los programas seleccionados en los canales de televisión (C2, C4, 05 y C9). La cantidad de avisos a pautar en cada programa, los rating y Tgrp's proyectados en el grupo objetivo, los costos unitarios y la inversión para cada programa. Así mismo se presentan los resultados globales obtenidos en cada medio.

Para la campaña se han seleccionado a los cuatro canales con mayores niveles de audiencia, la pauta de ambas se centra en el bloque estelar, en el que figuran los programas de mayor rating.

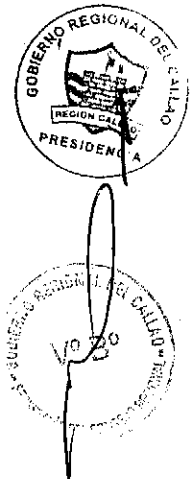
Con la finalidad de cubrir a la población objetiva, se han seleccionado programas que cubran las distintas preferencias del grupo, como son: los noticieros de lunes a viernes y los programas periodísticos del domingo que se emiten en cada canal; los principales programas concursos de cada medio, así como las principales novelas de los canales 04 y 09.

FRECUENCIA LATINA - CANAL 2												
90 SEGUNDOS	22,00	L/V	14.500,00	30	3	90	3,6	10,8	134,26	14.500,00	43.500,00	51.330,00
YO SOY	19,00	L/V	14.500,00	30	2	60	2,9	5,8	166,67	14.500,00	29.000,00	34.220,00
DILO CANTANDO	22,00	SAB	14.000,00	30	1	30	3,1	3,1	150,54	14.000,00	14.000,00	16.520,00
PUNTO FINAL	20,00	DOM	18.400,00	30	2	60	3,0	6,0	204,44	18.400,00	36.800,00	43.424,00
<b>TOTAL CANAL 02</b>					<b>8</b>	<b>240</b>			<b>25,7</b>	<b>159,92</b>	<b>123.300,00</b>	<b>145.494,00</b>
PANAMERICANA TELEVISIÓN - CANAL 5												
24 HORAS EDIC. CENTRAL	21,00	L/V	3.529,00	30	7	210	1,6	11,2	73,52	3.529,00	24.703,00	28.149,54
ENEMIGOS PUBLICOS	22,30	L/V	5.294,00	30	8	240	1,7	13,6	103,80	5.294,00	42.352,00	49.975,36
PANORAMA	20,00	DOM	5.294,00	30	2	60	2,3	4,6	76,72	5.294,00	10.588,00	12.493,84
<b>TOTAL CANAL 05</b>					<b>17</b>	<b>510</b>			<b>29,4</b>	<b>88,03</b>	<b>77.643,00</b>	<b>91.618,74</b>
ATV - CANAL 9												
ATV NOTICIAS	23,00	L/V	15.500,00	30	3	90	3,9	11,7	132,48	15.500,00	46.500,00	54.870,00
COMBATE	18,00	L/V	12.000,00	30	5	150	6,0	30,0	66,67	12.000,00	60.000,00	70.800,00
INDIA (UNA HISTORIA DE AMOR)	22,00	L/V	15.000,00	30	3	90	4,1	12,3	121,95	15.000,00	45.000,00	53.100,00
DÍA D	22,00	DOM	18.500,00	30	1	30	4,5	4,5	137,04	18.500,00	18.500,00	21.830,00
<b>TOTAL CANAL 09</b>					<b>12</b>	<b>360</b>			<b>68,6</b>	<b>96,87</b>	<b>170.000,00</b>	<b>200.600,00</b>

MEDIO PROGRAMAS	HORA	DIAS	SEG	N° AVISOS	VALOR UNITARIO INCL IGV S/.	TOTAL UNITARIO INCL IGV S/.
AMERICA TELEVISION CANAL 4						
AL FONDO HAY SITIO	20:00	L/V	30	3	22.240,00	67.260,00
AMERICA NOTICIAS	22:00	L/V	30	2	17.700,00	35.400,00
EL GRAN SHOW	20:00	SAB	30	1	17.700,00	17.700,00
CUARTO PODER	20:00	DOM	30	1	17.700,00	17.700,00
<b>TOTAL CANAL 4</b>						<b>138.060,00</b>
<b>TOTAL</b>						<b>S/ 575.772,74</b>

Adjuntamos a la presente el Ranking de Programación de los diferentes programas emitidos por los canales de televisión elaborada por la empresa IBOPE Media; además de los costos por aviso en los diferentes programas televisivos propuestos para la presente campaña.

- En concordancia con los principios de economía, eficacia y economía, resulta necesaria la realización de una campaña publicitaria en medios televisivos para la difusión del Proyecto Instituto Tecnológico del Callao, sin intermediarios que eleven el costo del servicio, por ello, se solicita la exoneración del proceso de selección, concurso público para contratar con la Empresa Frecuencia Latina Representaciones S.A.C. (Frecuencia



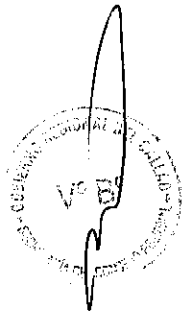
Latina – Canal 2), la Compañía Peruana de Radiodifusión (América Televisión - Canal 4), Panamericana televisión (Canal 5) y Andina de Radiodifusión S.A.C. (canal 9) hasta por un monto de S/. 575,773.00; para la realización de una campaña publicitaria en diferentes medios televisivos.

8. Cabe señalar, el presente informe técnico cuenta con antecedente al Informe N° 128-2013-GRC/GA-OL-ABL, sobre el estudio de posibilidades que ofrece el mercado de la Oficina de Logística y con el Memo N° 1419-2013-GRC/GRPPAT, de la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, que señala que el requerimiento de nuestra Oficina tiene la debida disponibilidad presupuestal; así como con la Resolución GGR N° 619-2013 Gobierno Regional del Callao –GGR y la Resolución GGR N° 706-2013 Gobierno Regional del Callao –GGR que aprueba los Términos de Referencia y Expediente de Contratación para los Servicios de Publicidad – campaña publicitaria en Medios Televisivos del Proyecto Costa Verde del Callao.
9. Respecto al tema del procedimiento se debe acotar que según al artículo 21° de la Ley de Contrataciones del Estado (líneas arriba referida), las contrataciones derivadas de exoneración de procesos de selección se realizarán de manera directa, previa aprobación mediante Resolución del Titular de la Entidad, Acuerdo del Directorio, del Consejo Regional o del Concejo Municipal, según corresponda, en función a los informes técnico y legal previos que obligatoriamente deberán emitirse. Copia de dichas Resoluciones o Acuerdos y los informes que los sustentan deben remitirse a la Contraloría General de la República y publicarse en el Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado (SEACE), dentro de los diez (10) días hábiles de su aprobación, bajo responsabilidad del Titular de la Entidad. Están exonerados de las publicaciones los casos a que se refiere el inciso d) del artículo 20 de la presente norma. Está prohibida la aprobación de exoneraciones en vía de regularización, a excepción de la causal de situación de emergencia.



Que, por Informe N° 1011-2013-GRC/GAJ la Gerencia de Asesoría Jurídica, se emite el siguiente Informe Legal:

1. Mediante Resolución Gerencial General Regional N° 036-2013-Gobierno Regional del Callao- GGR, de fecha 17 de enero de 2013, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2013, del Gobierno Regional del Callao, el cual tiene por finalidad dotar a la Institución de una herramienta que permitirá la programación de los servicios publicitarios que requiera la Alta Dirección y las diversas unidades orgánicas del ente regional. En el mencionado Plan se han establecidos los lineamientos para la autorización de campañas publicitarias, las estrategias de intervención, las campañas de difusión, los medios de comunicación a utilizarse, el presupuesto, el procedimiento para la ejecución de campañas, el indicador de desempeño, el medio de validación, limitaciones en el uso de los recursos presupuestarios, entre otros, teniendo como objetivo específico: "Fortalecer la Gestión Institucional del Gobierno Regional del Callao", habiéndose trazado como objetivos del Plan:
  - a) Asegurar la transferencia informativa en el diseño de los mensajes de las campañas publicitarias de las actividades y/o proyectos que realiza el Gobierno Regional;
  - b) Optimizar los recursos asignados al gasto de publicidad del Gobierno Regional del Callao.
  - c) Programar en forma oportuna el requerimiento de los servicios de publicidad a fin de cumplir las pautas programada en los medios seleccionados en cada campaña publicitaria.
2. A través de la Resolución Gerencial General Regional N° 619-2013-Gobierno Regional del Callao-GGR, de fecha 05 de junio de 2013, se aprueba la modificación del Plan de



Medios de las campañas publicitarias a ejecutarse en el año 2013, incluyéndose a la Campaña Publicitaria: INSTITUTO TECNOLOGICO DEL CALLAO.

3. Con Memorando N° 044-2013-GRC/GGR/OIIP, de fecha 05 de junio de 2013, el Jefe de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo solicita a la Oficina de Logística determinar el valor referencial para el servicio de publicidad requerido, conforme al estudio de posibilidades que ofrece el mercado.
4. Por Informe N° 128-2013-GRC/GA-OL-ABL, de fecha 07 de junio de 2013, la profesional responsable de la Oficina de Logística determina el valor referencial indicando que la OIIP es la responsable de la formulación del servicio requerido y que se debe considerar el artículo 131° del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobado mediante Decreto Supremo N° 138-2012-EF, al ser un servicio que no admite sustitutos, siendo el monto del estudio de posibilidades que ofrece el mercado el siguiente:

CANALES DE TELEVISION	COSTO TOTAL/VR
Frecuencia Latina Representaciones S.A.C. (Canal 2)	145,494.00
Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. (Canal 4 – América Televisión)	138,060.00
Panamericana Televisión S.A. (Canal 5)	91,618.74
Andina de Radiodifusión S.A.C. (ATV – Canal 9)	200,600.00

5. Mediante Memorandum N° 1419-2013-GRC/GRPPAT, de fecha 13 de junio de 2013, el Gerente Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial informa que el requerimiento será atendido acorde a la siguiente estructura programática:

ACCIONES CENTRALES	PRODUCTO	ACTIVIDAD	FUN	DFUN	GFUN	META	FINALIDAD	SECUENCIA FUNCIONAL
9001	3999999	5000002	03	006	0007	00001	0000017	0011

FONDO	CIS	RUBRO	TT	G	SG1	SG2	E1	E2	IMPORTE
NORMAL	0009	18	2	3	2	2	4	3	575,773.00

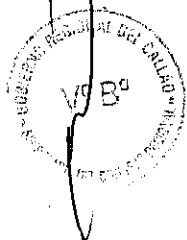
Recomendando la observancia a la Ley de Gestión Publicitaria y la Ley de Contrataciones del Estado.

6. A través de la Resolución Gerencial Regional N° 706-Gobierno Regional del Callao-GGR, de fecha 17 de junio de 2013, se aprueba los términos de referencia y el expediente de contratación para el **SERVICIO DE PUBLICIDAD – CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS TELEVISIVOS INSTITUTO TECNOLOGICO DEL CALLAO.**
7. En principio, atendido a lo dispuesto en el artículo 76° de la Constitución Política del Perú, "las obras y la adquisición de suministros con utilización de fondos o recursos públicos se ejecutan obligatoriamente por contrata y licitación pública, así como también la adquisición o la enajenación de bienes (...)". En este contexto, la Ley y el Reglamento de Contrataciones del Estado desarrollan el citado precepto constitucional, pues establecen las reglas y procedimientos obligatorios que las Entidades del Estado deben observar cuando requieran contratar bienes, servicios y obras necesarios para el cumplimiento de sus funciones, con aquellos proveedores del mercado interesados en brindarlos.
8. No obstante lo señalado, nuestra normativa en materia de contratación estatal también reconoce ciertos supuestos en los que, la realización de un proceso de selección, no cumple su función, pues, por razones coyunturales, económicas o de mercado, la Entidad sólo puede o debe satisfacer sus requerimientos a través de una propuesta que, a su vez, será ofrecida por un proveedor único. Dichos supuestos se



encuentra normados en el artículo 20º de la Ley de Contrataciones. Estos constituyen *causales de exoneración del proceso de selección* y habilitan a las Entidades a contratar directamente con un proveedor sin la obligación de llevar a cabo el proceso de selección correspondiente. Sin embargo, resulta obligatorio para cada una de ellas realizar todas las actuaciones relacionadas con la fase de programación y la ejecución contractual.

9. Dentro de los mencionados supuestos de exoneración se ha previsto el supuesto e): **"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"**. En este contexto, el artículo 131º del Reglamento dispone que en los casos en que no existan bienes o servicio sustitutos a los requeridos por el área usuaria, y siempre que exista un solo proveedor en el mercado nacional, la Entidad podrá contratar directamente, **Adicionalmente, se encuentra 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.** (El resaltado es añadido).
10. Cabe agregar que, toda vez que los conceptos de "bienes y servicios que no admiten sustitutos" y de "proveedor único" no han sido expresamente definidos por la Ley y su Reglamento, el Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado – OSCE, en uso de las facultades legalmente conferidas, ha delineado en anterior oportunidad para el caso de la contratación del universo de proveedores – como aquel supuesto en virtud del cual, en función al mercado, la Entidad debe satisfacer su requerimiento con todos aquellos proveedores identificados, considerándolos como un todo unitario, ya que la utilización de servicios distintos podría no resultar suficiente para satisfacer su necesidad, por lo que, no admitirán sustitutos.
11. En este orden de ideas, podemos indicar que los requisitos para que proceda la exoneración por proveedor único de bienes o servicios que no admiten sustitutos son:
  - a) Que el objeto de la contratación sea bienes o servicios,
  - b) Que los bienes o servicios requeridos por el área usuaria no admitan sustituto,
  - c) Que solo exista un proveedor en el mercado nacional para dichos bienes o servicios, ó que por razones técnicas o relacionadas con la protección de derechos de propiedad intelectual se haya establecido la exclusividad del proveedor para los bienes y servicios requeridos por el área usuaria.
12. Es de comentar que el Organismo Supervisor de las Contrataciones con el Estado mediante la *Opinión N° 130-2012/DTN* señaló que la causal de proveedor único de bienes o servicios que no admiten sustitutos **"se configura por el solo hecho que la Entidad haya determinado que el servicio que requiere contratar califica como un servicio de publicidad, siendo irrelevante si del estudio de posibilidades que ofrece el mercado se desprende la existencia de más de un proveedor en posibilidad de brindar el servicio de publicidad a la Entidad."**
13. De conformidad con el artículo 13º de la Ley, concordando con el artículo 11º de su reglamento señala que es de responsabilidad del área usuaria la formulación de las características técnicas de los bienes, servicios y obras que requiere la Entidad.
14. De otro lado, se tiene que mediante Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se establecieron los criterios general para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local destinarán al rubro Publicidad, en prensa escrita, radio y televisión.
15. Asimismo, el artículo 2º de la precitada Ley establece que se entenderá por Publicidad Institucional, a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como preservación de medio ambiente, pago de impuestos, conocimiento de Ejecución de obras, actividades, proyectos de inversión, entre otras, así como la

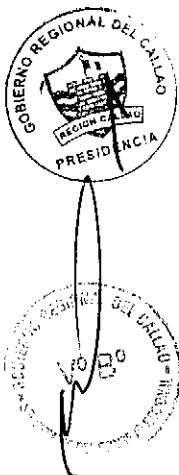


difusión de la ejecución de planes y programas a cargo de las Entidades y Dependencias.

16. Complementariamente el artículo 31° de la citada Ley dispone que para la autorización de la realización de Publicidad Estatal se debe cumplir con: (i) Un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las Entidades y Dependencias, las que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los Programas Sectoriales; (ii) La descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo (llámese Plan de Medios); (iii) La propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, la duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos, deberá sustentarse técnicamente la razón por la que una determinada Entidad o Dependencia eligió determinados medios de manera preferente para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas, y; (iv) El proyecto de Presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas.
17. En este contexto, de la revisión del Expediente de Contratación, se advierte que obran en el expediente el Plan Estratégico de Publicidad del Gobierno Regional del Callao—Año 2013, aprobado por Resolución Gerencial General Regional N° 036-Gobierno Regional del Callao—GGR de fecha 17 de enero de 2013, que incluye el listado de las diferentes campañas a realizarse en el primer semestre 2013; la Resolución Gerencial General Regional N° 619-2013-Gobierno Regional del Callao-GGR, de fecha 05 de junio de 2013 que incluye la Campaña Publicitaria en Medios Televisivos: Instituto Tecnológico del Callao y la Resolución Gerencial Regional N° 706-Gobierno Regional del Callao-GGR, de fecha 17 de junio de 2013, que aprueba los términos de referencia y el expediente de contratación del servicio.
18. Además el requerimiento propuesto ha sido elaborado y aprobado por el área técnica competente en materia de Comunicaciones y Publicidad (Oficina de Imagen Institucional y Protocolo), en cumplimiento al Plan Estratégico, por lo que se concluye que se ha configurado la causal de exoneración de proceso de selección por proveedor único de Bienes o Servicios que no admiten sustitutos para el Servicio de Publicidad de Medios de Comunicación contemplada expresamente en el literal e) del artículo 20° de la Ley y el último párrafo del artículo 131° del Reglamento, resultando necesaria su aprobación por el Titular de la Entidad, a través del acuerdo regional respectivo.

Que, la Gerencia de Asesoría Jurídica, atendiendo al Informe Técnico elaborado por el Jefe de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo es de la opinión que resulta **PROCEDENTE** el pedido de Exoneración del Proceso por causal de proveedor único de bienes o servicios que no admiten sustitutos, por el análisis expuesto y principalmente, por que el servicio se encuentra expresamente previsto en el Artículo 131° del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado y su modificatoria;

Que, mediante Resolución Gerencial General Regional N° 036-2013-Gobierno Regional del Callao- GGR, de fecha 17 de enero de 2013, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2013, del Gobierno Regional del Callao, el cual tiene por finalidad dotar a la Institución de una herramienta que permitirá la programación de los servicios publicitarios que requiera la Alta Dirección y las diversas unidades orgánicas del ente regional. En el mencionado Plan se han establecidos los lineamientos para la autorización de campañas publicitarias, las estrategias de intervención, las campañas de difusión, los medios de comunicación a utilizarse, el presupuesto, el procedimiento para la ejecución de campañas, el indicador de desempeño, el medio de validación, limitaciones en el uso de los recursos presupuestarios, entre otros, teniendo como objetivo específico: "Fortalecer la Gestión Institucional del Gobierno Regional del Callao", habiéndose trazado como objetivos del Plan:



- a) Asegurar la transferencia informativa en el diseño de los mensajes de las campañas publicitarias de las actividades y/o proyectos que realiza el Gobierno Regional;
- b) Optimizar los recursos asignados al gasto de publicidad del Gobierno Regional del Callao.
- c) Programar en forma oportuna el requerimiento de los servicios de publicidad a fin de cumplir las pautas programada en los medios seleccionados en cada campaña publicitaria.

Que, con Resolución Gerencial General Regional Nº 619-2013-Gobierno Regional del Callao-GGR, de fecha 05 de junio de 2013, se aprueba la modificación del Plan de Medios de las campañas publicitarias a ejecutarse en el año 2013, incluyéndose a la Campaña Publicitaria: **INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL CALLAO;**

Que, con Resolución Gerencial Regional Nº 706-Gobierno Regional del Callao-GGR, de fecha 17 de junio de 2013, se aprueba los términos de referencia y el expediente de contratación para el **SERVICIO DE PUBLICIDAD – CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS TELEVISIVOS INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL CALLAO;**

Que, con Memorándum Nº 1419-2013-GRC/GRPPAT, de fecha 13 de junio de 2013, el Gerente Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial informa que el requerimiento será atendido acorde a la siguiente estructura programática:

ACCIONES CENTRALES	PRODUCTO	ACTIVIDAD	FUN	DFUN	GFUN	META	FINALIDAD	SECUENCIA FUNCIONAL
9001	3999999	5000002	03	006	0007	00001	0000017	0011

FONDO	CIS	RUBRO	TT	G	SG1	SG2	E1	E2	IMPORTE
NORMAL	0009	18	2	3	2	2	4	3	575,773.00

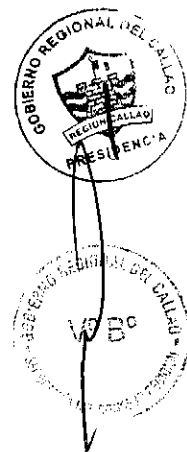
Que, por Dictamen Nº 059-2013-GRC/CR-CA de la Comisión de Administración Regional se recomienda al Consejo Regional aprobar la Exoneración del Proceso de Selección para la Contratación del **SERVICIO DE PUBLICIDAD – CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS TELEVISIVOS INSTITUTO TECNOLÓGICO DEL CALLAO** por causal de proveedor único de bienes o servicios que no admiten sustitutos, por un período de 07 (siete) días calendarios, hasta por el importe de S/. 575,772.74 (Quinientos Setenta y Cinco Mil Setecientos Setenta y Dos y 74/100 Nuevos Soles) de acuerdo a la estructura programática señalada en el Memorándum Nº 1419-2013-GRC/GRPPAT de la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial que a continuación se detalla, de conformidad con el Informe Técnico y Legal respectivo y los fundamentos antes expuestos; así como de acuerdo con el Plan de Medios que se adjunta al mencionado Informe y que deberán formar parte del respectivo Acuerdo del Consejo Regional;

ACCIONES CENTRALES	PRODUCTO	ACTIVIDAD	FUN	DFUN	GFUN	META	FINALIDAD	SECUENCIA FUNCIONAL
9001	3999999	5000002	03	006	0007	00001	0000017	0011

FONDO	CIS	RUBRO	TT	G	SG1	SG2	E1	E2	IMPORTE
NORMAL	0009	18	2	3	2	2	4	3	575,773.00

Que, el Consejo Regional del Gobierno Regional del Callao, en virtud a los considerandos establecidos en este documento, estima pertinente aprobar por unanimidad, el siguiente Acuerdo:

**SE ACUERDA:**





1. Aprobar el Dictamen N° 059-2013-GRC/CR-CA de la Comisión de Administración Regional, en consecuencia, autorícese la Exoneración del Proceso de Selección para la Contratación del **SERVICIO DE PUBLICIDAD – CAMPAÑA PUBLICITARIA EN MEDIOS TELEVISIVOS INSTITUTO TECNOLOGICO DEL CALLAO** por causal de proveedor único de bienes o servicios que no admiten sustitutos, por un período de 07 (siete) días calendarios, hasta por el importe de S/. 575,772.74 (Quinientos Setenta y Cinco Mil Setecientos Setenta y Dos y 74/100 Nuevos Soles), de acuerdo a la estructura programática señalada en el Memorandum N° 1419-2013-GRC/GRPPAT de la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial que a continuación se detalla, de conformidad con el Informe Técnico y Legal respectivo y los fundamentos antes expuestos; así como de acuerdo con el Plan de Medios que se adjunta al mencionado Informe y que deberán formar parte del respectivo Acuerdo del Consejo Regional.


ACCIONES CENTRALES	PRODUCTO	ACTIVIDAD	FUN	DFUN	GFUN	META	FINALIDAD	SECUENCIA FUNCIONAL
9001	3999999	5000002	03	006	0007	00001	0000017	0011


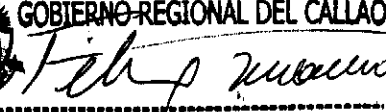
FONDO	CIS	RUBRO	TT	G	SG1	SG2	E1	E2	IMPORTE
NORMAL	0009	18	2	3	2	2	4	3	575,773.00

2. Encargar a la Oficina de Logística de la Gerencia de Administración la contratación directa en cumplimiento de lo dispuesto en el presente Acuerdo del Consejo Regional.
3. Encargar a la Oficina de Logística la publicación del presente Acuerdo en el SEACE.
4. Encargar a la Secretaría del Consejo Regional remita copia del presente Acuerdo del Consejo Regional y de los informes que lo sustentan a la Contraloría General de la República, con copia al Órgano de Control Institucional de la Entidad.
5. Dispensar el presente Acuerdo del trámite de lectura y aprobación del Acta.

**POR TANTO**

**MANDO SE REGISTRE Y CUMPLA**

 **GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO**  
**ABOG. DIOFEMENSA ARANA ARRIOLA**  
 SECRETARÍA DEL CONSEJO REGIONAL

 **GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO**  
  
**DR. FELIX MORENO CABALLERO**  
 PRESIDENTE