

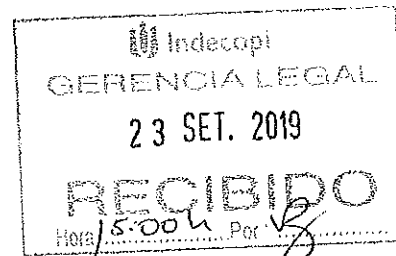
CARGO

INFORME TÉCNICO N° 50 -2019/GAF-Sgl

A: **Lily Mercedes Yamamoto Suda**
Gerente Legal

CC: **Danny William Ramos Cabezudo**
Gerente de Administración y Finanzas (e)

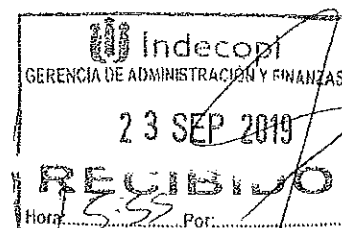
DE: **Manuel Angel Ugarelli Navarro**
Sub Gerente de Logística y Control Patrimonial



ASUNTO: Procedimiento de selección por contratación directa del servicio de publicación para la difusión de la campaña publicitaria de "Lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas".

REF.: a) Resolución N° 191-2019-INDECOPI/GAF
b) Memorandum N° 125-2019/GPD
c) Informe N° 008-2019/GPD

FECHA: San Borja, 23 de setiembre de 2019



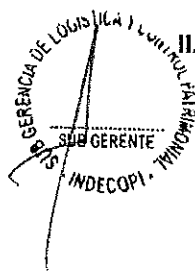
Es grato dirigirme a usted, en atención a los documentos de la referencia, a través del cual se viene gestionando la contratación del servicio de publicación para la difusión de la campaña publicitaria de "Lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas", al respecto corresponde señalar lo siguiente:

I. BASE LEGAL

- 1.1 Ley N° 30879 - Ley de Presupuesto del Sector Público para el año fiscal 2019.
- 1.2 Texto Único Ordenado de la Ley N°30225, Ley de Contrataciones del Estado, en adelante el TUO de la Ley
- 1.3 Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobado mediante Decreto Supremo N° 344-2018-EF, en adelante el Reglamento

II. ANTECEDENTES

- 2.1 Mediante Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 084-2019-INDECOPI/COD del 20 de junio de 2019 se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria de la campaña de "Lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas".
- 2.2 Por medio del Memorandum N° 125-2019/GPD de fecha 21 de agosto de 2019 la Gerencia de Promoción y Difusión remitió los términos de referencia actualizados en atención a la observación efectuada por el Área de Contrataciones de esta Sub Gerencia; siendo esta la versión final.
- 2.3 A través del Informe N° 008-2019/GPD de fecha 26 de agosto de 2019 la Gerencia de Promoción y Difusión, justifica la contratación directa del "Servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas", correspondiente a los ítems del N° 1 al 5; por tratarse de montos de contratación superiores a 8 UIT;



Tipo de publicidad	Razón Social	N° de ítem	Medio de difusión	Monto de la contratación (\$/)
Cines (salas de cine)	CINEPLEX S.A.	Ítem 1	CINEPLANET	116,041.20
	CINEMARK DEL PERU S.R.L	Ítem 2	CINEMARK	53,269.92
	TOP RANK PUBLICIDAD S.A.C	Ítem 3	CINE STAR	45,978.18
Digital (portales web de medios de comunicación)	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A.	Ítem 4	Portales web: El Comercio, Perú 21, Correo, Trome y Depor	47,915.41
	GRUPO LA REPÚBLICA PUBLICACIONES S.A.	Ítem 5	Portales web: La República	36,279.10

- 2.4 Mediante Indagación de Mercado N° 038-2019/SGL-PYEM de fecha 05 de setiembre de 2019 el área de Programación y Estudio de Mercado determinó el valor estimado de los diferentes ítems para la contratación del "Servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas".
- 2.5 Por medio del Memorándum N° 1715-2019/GAF-Sgl de fecha 05 de setiembre de 2019, esta Sub Gerencia solicitó al área de Planeamiento y Presupuesto la certificación del crédito presupuestal para la contratación del "Servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas, siendo otorgado a través del Memorándum N° 749-2019/GPG-App de fecha 06 de setiembre de 2019.
- 2.6 Con Resolución N° 112-2019-INDECOPI/GEG del 19 de setiembre de 2019, se aprobó la séptima modificatoria del Plan Anual de Contrataciones del Indecopi correspondiente al Año Fiscal 2019, incluyéndose en su Ítem 44, la contratación del servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas, cuya convocatoria se ha previsto para el mes de setiembre de 2019, a través de una Contratación Directa.
- 2.7 Por medio del Memorándum N° 1846-2019/GAF-Sgl de fecha 20 de setiembre de 2019, esta Sub Gerencia solicitó a la Gerencia Legal emitir opinión legal respecto a la aprobación del expediente de contratación del servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas.
- 2.8 Con Informe N° 716-2019/GEL de fecha 20 de setiembre de 2019, la Gerencia Legal emitió opinión legal con respecto a la aprobación del expediente de contratación correspondiente a la contratación del servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas.
- 2.9 Finalmente, mediante Resolución de la Gerencia de Administración y Finanzas del Indecopi N° 191-2019-INDECOPI/GAF de fecha 20 de setiembre de 2019, fue aprobado el expediente de contratación para el servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas.

III. ANÁLISIS

- 3.1 Como se desprende de los antecedentes, la Gerencia de Promoción y Difusión, remitió los términos de referencia para la contratación del Servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas, el cual tiene como objetivo promover en los consumidores el hábito de leer los octógonos que aparecen en las etiquetas y en la publicidad de los alimentos procesados y bebidas no alcohólicas antes de comprarlos,

para que tomen mejores decisiones de compra y así fomentar el buen funcionamiento del mercado en bienestar de los consumidores. Asimismo, busca facilitar el entendimiento de lo que significan los octógonos y empoderar a los ciudadanos en sus decisiones de compra.

- 3.2 Cabe indicar, que el presente requerimiento se encuentra comprendido en el Plan Estratégica Publicitaria - PEP, aprobado mediante Resolución N° 188-2019/INDECOP-COD de fecha 20 de junio de 2019, de acuerdo con este documento de gestión los medios de difusión seleccionados para la campaña son cines y medios digitales, esta última están conformados por redes sociales y portales web de medios de comunicación.

De conformidad con la Ley que regula la Publicidad Estatal la Gerencia de Promoción y Difusión cuenta con el Plan de medios de la campaña, documento que contiene la propuesta y justificación técnica de la selección de los medios de difusión, de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se busca, entre ellos, la cobertura, duración de la campaña, impacto.

- 3.3 Asimismo, el artículo 29° del Reglamento establece: *"El área usuaria es responsable de la adecuada formulación del requerimiento, debiendo asegurar la calidad técnica y reducir la necesidad de su reformulación por errores o deficiencias técnicas que repercutan en el proceso de contratación."*

Las Especificaciones Técnicas, los Términos de Referencia o el Expediente Técnico de obra, que integran el requerimiento, contienen la descripción objetiva y precisa de las características y/o requisitos funcionales relevantes para cumplir la finalidad pública de la contratación, las condiciones en las que se ejecuta, incluyéndose obligaciones de levantamiento digital de información y tecnologías de posicionamiento espacial, tales como la georreferenciación, en obras y consultorías de obras. El requerimiento incluye, además, los requisitos de calificación que se consideren necesarios".

- 3.4 Ahora bien, la Gerencia de Promoción y Difusión remitió el Informe N° 008-2019/GPD de fecha recibido 23 de agosto de 2019 y el Plan de medios, estos documentos contienen el sustento técnico para la contratación del Servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria de: "Lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas". De dicho documento se desprende lo siguiente:

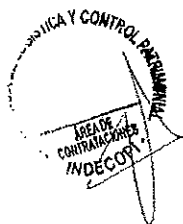
- a) Que en el Plan de Estrategia Publicitaria-PEP, se encuentra definido las estrategias de comunicación, así como los canales de comunicación para la difusión de la campaña en cuestión, que para el presente caso se trata de publicidad en cines y medios digitales a través de portales web de los medios de comunicación seleccionados conforme al plan de medios, que fueron elaborados conforme a lo establecido en la Ley que regula la Publicidad Estatal.
- b) Para la presente contratación se tiene un presupuesto asignado por el monto de S/ 299 483,81 (Doscientos noventa y nueve mil cuatrocientos ochenta y tres con 81/100 soles) el cual cubrirá el costo de la pauta publicitaria de la campaña "lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas", a través de los medios de difusión seleccionados conforme a la justificación técnica contenida en el Plan de medios, los cuales cuentan con atributos específicos que permitirán al Indecopi transmitir los mensajes de la campaña en el público objetivo al cual se desea llegar, por un período de cuatro semanas.

Medios que se requieren contratar en forma directa

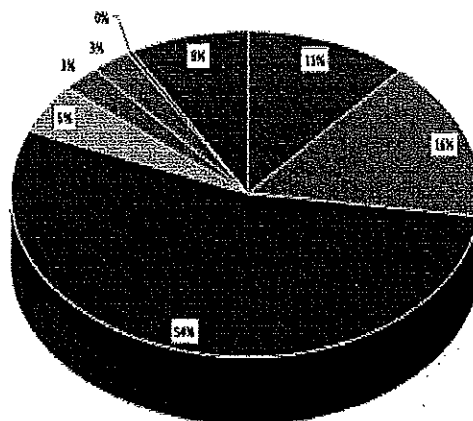
Tipo de publicidad	Razón social	Item	Medio de difusión	S/
	Cineplex S.A.	1	Cineplanet	116,041.20

Cines (salas de cine)	Cinemark del Perú S.R.L.	2	Cinemark	53,269.92
	Top Rank Publicidad S.A.C.	3	Cine Star	45,978.18
Digital (En Portales web de medios de comunicación)	Empresa Editora El Comercio S.A.	4	05 portales Web: El Comercio, Perú 21, Correo, Trome y Depor	47,915.41
	Grupo La República Publicaciones S.A.	5	Portal web: La República	36,279.10
			Total	299,483.81

- c) Respecto a la justificación técnica de los medios seleccionados, el cine es un medio publicitario de alta eficacia porque el ciudadano común asiste de manera voluntaria y con un fin de entretenimiento, por lo que se encuentra receptivo en este contexto. Siendo las cadenas de cine más concurridas en nuestro país: Cineplanet, Cinemark y Cine Star. que en conjunto concentran alrededor del 81% de los espectadores. Asimismo, en cuanto a la preferencia por parte del público objetivo que se priorizará en la campaña (en el rango de edades entre 25 a 45 años), se presenta la misma tendencia, siendo Cineplanet la cadena que ocupa el primer lugar de preferencia con 54% de los espectadores, seguida de Cinemark (16%) y Cine Star (11%).



- Cine Star
- Cinemark
- Cineplanet
- Cinépolis
- UVK Multicines
- Otras salas tipo Multicine
- A una sala de cine independiente o a la calle
- NS/NC



PO: Mujeres y hombres de 25-45 años de todos los NSE
Fuente: TGI Perú Total 2018-2019 v. 04. 29. 2019 - Personas. Copyright TGI LATINA 2019
Encuesta de respuesta múltiple, resultados incluyen a usuarios que respondieron más de una alternativa

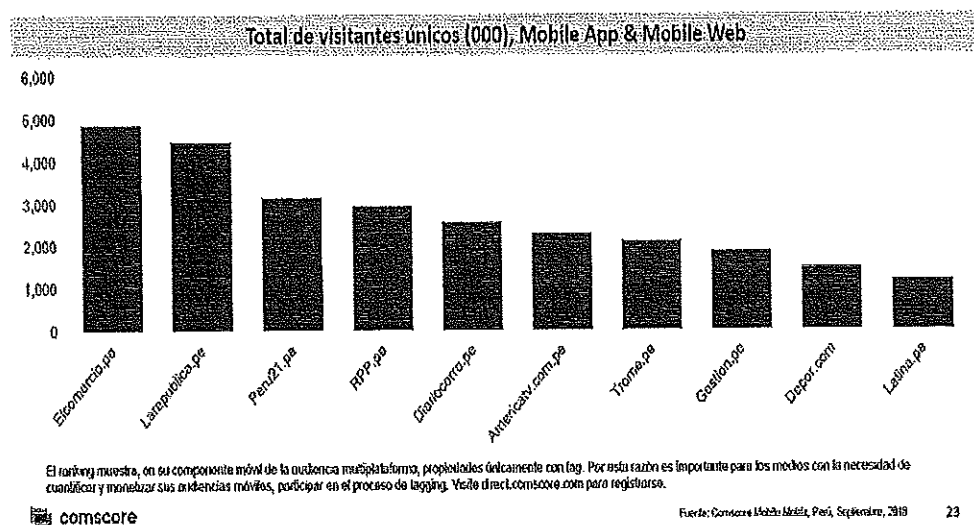
- d) Aunado a ello la justificación técnica contenida en el Plan de medios señala que la publicidad en cines se caracteriza por presentarse en condiciones ambientales y técnicas únicas que le permiten conseguir impactos publicitarios de máxima calidad. Cuenta con público cautivo en reposo y expectante, pantalla gigante, oscuridad, sonido estéreo. Con la publicidad en cine se alcanza índices de notoriedad y recordación muy elevados. Asimismo, permite una excelente segmentación geográfica, de acuerdo con los objetivos a cubrir, asimismo, señala que existen diversas opciones publicitarias en los cines dentro y fuera de la sala, de estas la más destacable es la emisión de spots antes de la película; este formato captura la atención de los asistentes gracias a su combinación de imagen, sonido y tamaño.

También señala que, para la selección de las empresas, se tomó en cuenta el estudio que refleja cuales son los multicines más visitados a nivel nacional por el público objetivo, la asignación de los distritos y departamento están orientados a poder captar



a la mayor población sea demográficamente y/o por incidencias de problemas de alimentación saludable.

- e) Respecto a la justificación técnica de la publicidad digital, los portales web del grupo El Comercio (El Comercio, Perú 21, Correo, Tromé y Depor) se encuentran posicionados entre los 10 portales más visitados. Asimismo, presentan un alto tráfico de usuarios que asegura el cumplimiento de la pauta publicitaria. En cuanto al portal web de La República, este se encuentra en segundo lugar del ranking de páginas web de diarios, este medio ofrece información y contenidos relevantes, siendo un referente de opinión y veracidad.



A continuación, se presenta el número de usuarios únicos y páginas vistas en los principales portales web de medios:

N° de usuarios únicos y páginas vistas en portales web de medios

PORTAL WEB	USUARIOS UNICOS	PAGINAS VISTAS
EL COMERCIO	34,971,690.00	82,094,799.00
PERU21	11,308,539.00	20,822,639.00
LA REPÚBLICA	28,397,755.00	110,676,172.00
AMERICA	7,192,000.00	21,500,000.00
RPP	14,658,628.00	90,255,503.00
CORREO	10,297,809.00	23,293,481.00
TROME	12,356,470.00	30,348,915.00
DEPOR	13,925,046.00	32,389,898.00
RITMO ROMANTICA	350,000.00	1,180,000
LATINA	3,500,000.00	21,200,000.00

- 3.5 Por consiguiente, conforme a lo expuesto la Gerencia de Promoción y Difusión cuenta con el Plan de medios que justifica la difusión de la campaña a través de cines y portales web de medios de comunicación seleccionados, cuya representación recae en los siguientes proveedores, que cumplen con los términos de referencia de conformidad a la Indagación de Mercado N° 038-2019/SGL-PYEM:

Ítem	Razón social	Tipo de publicidad	Medio de difusión	Valor estimado por ítem S/
1	Cineplex S.A.	Cines (salas de cine)	Cineplanet	116,041.20
2	Cinemark del Perú S.R.L.		Cinemark	53,269.92
3	Top Rank Publicidad S.A.C.		Cine Star	45,978.18

4	Empresa Editora El Comercio S.A.	Digital (En Portales web de medios de comunicación)	05 portales Web: El Comercio, Perú 21, Correo, Trome y Depor	47,915.41
5	Grupo La República Publicaciones S.A.		Portal web: La República	36,279.10
Valor estimado total				299,483.81

- 3.6 Asimismo, cabe indicar que la presente contratación cuenta con la Certificación de crédito presupuestario N° 1648-2019, otorgado por el Área de Planeamiento y Presupuesto mediante el Memorándum N° 0749-2019/GPG-App de fecha 06 de setiembre de 2019.
- 3.7 Por otro lado, el artículo 27° del TUO de la Ley, en cuanto a contratación directa, establece que "Excepcionalmente, las Entidades pueden contratar con un determinado proveedor en los siguientes supuestos: literal g) para los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación televisiva, radial, escrita o cualquier otro medio de comunicación, según la ley de la materia. Asimismo, conforme a lo establecido en el último párrafo del mencionado artículo, el Reglamento establece las condiciones para la configuración de cada uno de estos supuestos, los requisitos y formalidades para su aprobación y el procedimiento de contratación directa.
- 3.8 Ahora bien, de conformidad al supuesto establecido en el literal g), del artículo 100 del Reglamento el servicio de publicidad para el Estado corresponde a aquellos que prestan directamente los medios de comunicación para difundir un contenido determinado al público objetivo al que se quiere llegar, esta condición se encuentra enmarcado en el presente requerimiento conforme a lo expuesto en los numerales precedentes.
- 3.9 Asimismo, conforme el numeral 102.2° del artículo 102° del Reglamento, las actuaciones preparatorias y contratos que se celebren como consecuencia de las contrataciones directas cumplen con los requisitos, condiciones, formalidades, exigencias y garantías establecidos en el TUO de la Ley y el Reglamento, salvo con lo previsto en el artículo 141, donde la entidad, en atención a su necesidad, define el plazo que le permita suscribir el contrato.
- 3.10 También debemos agregar que el artículo 101° del Reglamento, indica: "La resolución del Titular de la Entidad, acuerdo de Consejo Regional, acuerdo de Consejo Municipal o Acuerdo de Directorio en caso de empresas del Estado, según corresponda, que apruebe la Contratación Directa requiere obligatoriamente del respectivo sustento técnico y legal, en el informe o informes previos, que contengan la justificación de la necesidad y procedencia de la Contratación Directa". Asimismo, el citado artículo precisa que "la potestad de aprobar contrataciones es indelegable, salvo en los supuestos indicados en los literales e), g), j), k), l) y m) del numeral 27.1° del artículo 27° del TUO de la Ley".
- 3.11 Finalmente, de conformidad al literal t), del artículo segundo de la Resolución de la Presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 010-2019-INDECOPi/COD, modificada a través de la Resolución de la presidencia del Consejo Directivo del Indecopi N° 105-2019-INDECOPi/COD se delegó en la Gerencia de Administración y Finanzas, en materia de contratación pública, aprobar las contrataciones directas en los supuestos previstos en los literales e), g), j), k) y m) del artículo 27 del TUO de la Ley de Contrataciones, cuyos valores referenciales o estimados correspondan a adjudicaciones simplificadas.

IV. CONCLUSIONES

- 4.1 Por lo expuesto, se concluye que el presente requerimiento se encuentra dentro de los alcances del literal g) del artículo 27° del TUO de la Ley, por lo que corresponde realizar una Contratación Directa para la contratación del "servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas", por un valor estimado de S/ 299 483,81 (Doscientos noventa y nueve mil cuatrocientos ochenta y tres con 81/100 soles), cuyo plazo de ejecución según los términos de referencia será de 28 días calendario.

V. RECOMENDACIONES

- 5.1 De conformidad a lo expuesto y el numeral 101.2 del Artículo 101° del Reglamento, se remite el presente informe a su despacho, a fin de que se emita el informe legal correspondiente, con la finalidad de que se gestione la aprobación de la Contratación Directa, para la contratación del "servicio de publicidad para la difusión de la campaña publicitaria: lectura de octógonos en las etiquetas y publicidad de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas".
- 5.2 Elevar el proyecto de Resolución a la Gerencia de Administración y Finanzas del Indecopi para la firma correspondiente, de acuerdo con lo establecido en el numeral 101.2 del artículo 101° del Reglamento, debiendo contemplarse lo señalado en el artículo 102° del Reglamento, a fin de que se efectúe la contratación directa mediante acciones inmediatas con los proveedores señalados en el numeral 3.5 del presente Informe. Asimismo, las acciones deberán ser realizadas por esta Sub Gerencia de Logística y Control Patrimonial, como Órgano encargado de las Contrataciones de la Entidad.



Atentamente,

Contrataciones

El presente informe cuenta con la conformidad del suscrito

MANUEL UGARELLI NAVARRO
Sub Gerencia de Logística y
Control Patrimonial
INDECOPI

