

**RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL**  
**ORGANISMO SUPERVISOR DE LA INVERSIÓN EN ENERGÍA Y MINERÍA**  
**OSINERGMIN N° 166-2021-OS/GG**

Lima, 26 de octubre del 2021

**VISTOS:**

El Informe Técnico N° GCRI-128-2021 de fecha 24 de setiembre de 2021 emitido por la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, el Informe de Estudio de Mercado N° 107-2021-ULOG de fecha 1 de octubre de 2021, emitido por la Unidad de Logística de la Gerencia de Administración y Finanzas; y el Informe Legal N° GAJ-121-2021 de fecha 25 de octubre de 2021 emitido por la Gerencia de Asesoría Jurídica;

**CONSIDERANDO:**

Que, Osinergmin es un organismo público con autonomía funcional, económica y financiera, adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros. Su organización, estructura y funciones se rigen por la Ley N° 26734, la Ley N° 27332, la Ley N° 28964, su Reglamento General aprobado por el Decreto Supremo N° 054-2001-PCM, su Reglamento de Organización y Funciones (ROF) aprobado por el Decreto Supremo N° 010-2016-PCM, y otras disposiciones legales y normativas que le sean aplicables;

Que, en el Informe N° GCRI-128-2021, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales de Osinergmin indicó que, como parte de sus competencias, Osinergmin también ejerce un rol educador y orientador que tiene como finalidad, entre otros aspectos, concientizar a la población sobre el uso seguro y responsable de los servicios eléctricos y de combustibles para prevenir accidentes en el hogar;

Que, además, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, como parte de sus funciones establecidas en el ROF Institucional y las actividades formuladas en el Plan Operativo, planifica y dirige las comunicaciones institucionales y el plan de medios de comunicación; ello con el objetivo de brindar información clara, útil y relevante a los usuarios del sector energético. Con esta información, busca capacitar y orientar a la ciudadanía sobre el uso responsable de la energía;

Que, asimismo, debido a cifras recientes que alertan sobre el número de accidentes vinculados al uso inadecuado de la electricidad y el balón de gas, como las 16 544 emergencias por fugas de GLP y los 3224 cortocircuitos ocurridos a nivel nacional, de acuerdo con los reportes del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú, la institución considera relevante realizar una campaña publicitaria de orientación al ciudadano a nivel nacional, en conjunto con el Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú (CGBVP), para transmitir de manera sencilla, breve y directa, mensajes de prevención de accidentes en el hogar;

Que, ante la necesidad de lograr un objetivo de difusión y alcance relevantes para nuestra campaña es importante contar con presencia en los principales portales que cuenten con un gran número de visitantes para alojar publicidad en ellas e impactar a un universo amplio de usuarios digitales;

**RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL  
ORGANISMO SUPERVISOR DE LA INVERSIÓN EN ENERGÍA Y MINERÍA  
OSINERGMIN N° 166-2021-OS/GG**

Que, la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, establece en su artículo 3 una serie de requisitos a observar para autorizar la contratación de publicidad estatal, a saber: i) que se cuente con un plan de estrategia publicitaria acorde a las funciones y atribuciones de las entidades públicas, las cuales deben adecuarse a los objetivos y prioridades en los programas sectoriales; ii) que se describa y justifique las campañas institucionales que se pretenden llevar a cabo; iii) que exista una propuesta y justificación técnica en la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. De esta forma, debe sustentarse técnicamente la razón por la que determinada entidad elige a determinados medios de manera preferente y; iv) proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Que, respecto al primer requisito, se advierte que en el Informe Técnico N° GCRI-128-2021 se ha considerado un Plan de Estrategia Publicitaria que tiene como objetivo difundir recomendaciones sobre el uso seguro de la electricidad y/o el balón de gas para prevenir accidentes en el hogar;

Que, asimismo se indica en el mencionado informe, que el plan se encuentra alineado al Plan Estratégico Sectorial Multianual PESEM 2016-2020: Objetivo estratégico sectorial N° 4: Reducir la vulnerabilidad de la población y sus medios de vida ante el riesgo de desastres; Acción estratégica 2: Fortalecer y gestionar el desarrollo de acciones orientadas a evitar y reducir las condiciones de riesgo de los medios de vida de la población con un enfoque territorial;

Que, de igual modo, en tal Plan de Estrategia Publicitaria, se ha cumplido con señalar el público objetivo y el método de selección de los medios de comunicación a contratar, aspectos que serán desarrollados a detalle más adelante;

Que, en cuanto al segundo requisito, en el Informe Técnico N° GCRI-128-2021 se ha descrito y justificado la necesidad del servicio a contratar. Así, se ha indicado que la institución se ve en la necesidad de realizar una campaña publicitaria de orientación al ciudadano a nivel nacional, para transmitir de manera sencilla, breve y directa, mensajes de prevención de accidentes en el hogar<sup>1</sup>. Asimismo, el informe indica que la institución ejerce un rol educador y orientador que tiene como finalidad, entre otros aspectos, concientizar a la población sobre el uso seguro y responsable de los servicios eléctricos y de combustibles para prevenir accidentes en el hogar;

Que, en relación al tercer requisito, en el Informe Técnico N° GCRI-128-2021 se ha establecido que los medios de comunicación seleccionados son aquellos que cuentan con mayor sintonía. En el caso de los medios radiales, tal evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo a los niveles de audiencia recogidos en los estudios de CPI y; en el caso de medios digitales ha tomado en cuenta las principales plataformas que cuentan con mayor cantidad de visitantes a nivel nacional según Perú Comscore 2021 Multiplataforma. En ese sentido, cabe precisar que los medios de comunicación cuya contratación se sugiere, están especificados en el Informe técnico para acciones de difusión publicitaria de orientación al ciudadano de la campaña Seguridad en el hogar;

Que, en el Informe Técnico N° GCRI-128-2021 se establece que el público objetivo está compuesto por personas mayores de dieciocho años, de todos los niveles socioeconómicos, principalmente dirigido a los responsables del hogar en el ámbito económico y decisores de compra.

---

<sup>1</sup> En dicho informe se indica que cifras recientes alertan sobre el número de accidentes vinculados al uso inadecuado de la electricidad y el balón de gas, como las 16 544 emergencias por fugas de GLP y los 3224 cortocircuitos ocurridos a nivel nacional, de acuerdo con los reportes del Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú

**RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL  
ORGANISMO SUPERVISOR DE LA INVERSIÓN EN ENERGÍA Y MINERÍA  
OSINERGMIN N° 166-2021-OS/GG**

En cuanto a la finalidad se establece que es difundir recomendaciones sobre el uso seguro de la electricidad y/o el balón de gas para prevenir accidentes en el hogar;

Que, en relación a la cobertura, en el Informe Técnico N° GCRI-128-2021 se establece que la misma es nacional. Respecto a la duración de la campaña, según los Términos de Referencia elaborados para contratar a los medios de comunicación seleccionados, se ha considerado que el plazo de vigencia máximo de ejecución total del servicio será de cuarenta y dos (42) días calendarios contados desde el día hábil siguiente de suscrito el contrato, o hasta consumir el monto total contratado; lo que ocurra primero;

Que, asimismo, en relación al equilibrio informativo e impacto, el informe en mención establece que la selección de los medios de comunicación está basada en los siguientes criterios: medios de mayor sintonía para el público objetivo. Cabe señalar que en la selección de medios existe pluralidad de medios y empresas;

Que, de igual modo, el referido informe establece el impacto que se espera alcanzar, indicando que, para el caso de los impactos en medios radiales, esta proyección está basada en el rating de los estudios evaluados en el presente informe; en ese sentido, los resultados finales de los impactos pueden sufrir alguna modificación;

Que, finalmente, en relación a la disposición presupuestaria para la contratación del servicio de difusión publicitaria correspondiente, se cuenta con Certificación de Crédito Presupuestario – Nota N° 0000002679 del 19 de octubre de 2021, emitida por la Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, en la cual se aprobó la certificación presupuestaria para la “Contratación del servicio de difusión publicitaria de orientación al ciudadano de la campaña seguridad en el hogar” por un monto de S/ 746 030.76 (Setecientos cuarenta y seis mil treinta con 76/100 Soles), el cual coincide con el monto cotizado y detallado en el Informe Técnico N° GCRI-128-2021;

Que, en atención a lo anterior, se advierte que la “Contratación del servicio de difusión publicitaria de orientación al ciudadano de la campaña seguridad en el hogar ” cumple con los requisitos exigidos por la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal;

Que, el Informe de Estudio de Mercado N° 107-2021-ULOG, indica que la finalidad pública del servicio consiste en *“brindar información clara, útil y relevante a los usuarios del sector energético, para capacitar y orientar a la ciudadanía sobre el uso responsable de la energía; y fortalecer la comunicación y el relacionamiento de los grupos de interés”*;

Que, con relación a lo anterior, debe tenerse presente que, el numeral 3.3 del artículo 3 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado, aprobado por Decreto Supremo N° 082-2019-EF (en adelante, la Ley), establece que las contrataciones mediante las cuales el Estado requiere ser provisto de bienes, servicios u obras, asumiendo el pago con fondos públicos, se encuentran dentro del ámbito de aplicación de las disposiciones que sobre materia de contrataciones regula la Ley y el Reglamento;

Que, atendiendo lo anteriormente expuesto y considerando lo solicitado por la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, cabe indicar que el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley, establece que las Entidades pueden contratar directamente con un determinado proveedor “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, el numeral 101.2 del artículo 101 del Reglamento de la Ley, aprobado por Decreto Supremo N° 344-2018-EF (en adelante el Reglamento), señala que, la resolución o acuerdo que apruebe la

**RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL  
ORGANISMO SUPERVISOR DE LA INVERSIÓN EN ENERGÍA Y MINERÍA  
OSINERGMIN N° 166-2021-OS/GG**

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;

Que, conforme se aprecia de lo anterior, el supuesto de contratación directa establecido en el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley requiere la verificación que el servicio requerido se encuentre referido a los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación televisiva, radial, escrita o cualquier otro medio de comunicación y que se sustente técnica y legalmente la justificación, necesidad y procedencia de contratar tal servicio;

Que, con relación a lo anterior, en el Informe de Estudio de Mercado N° 107-2021-ULOG del 1 de octubre de 2021, la Unidad de Logística concluyó que “se debe realizar la contratación directa del servicio de difusión de publicidad en medios de comunicación a nivel nacional, por la causal de contratación directa 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, prevista en el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley de contrataciones del Estado”;

Que, en ese sentido, de lo informado por la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales de Osinergmin, el Informe de Estudio de Mercado de la Unidad de Logística, y el ordenamiento jurídico vigente en materia de contrataciones del Estado, se ha verificado que para la “Contratación del servicio de difusión a nivel nacional de la campaña de publicidad institucional en medio de comunicación”, se ha configurado el supuesto de contratación directa contemplado en el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley;

Que, mediante Certificación de Crédito Presupuestario – Nota N° 0000002679 del 19 de octubre de 2021, emitida por la Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, se aprobó la certificación presupuestaria para la “Contratación del servicio de difusión publicitaria de orientación al ciudadano de la campaña seguridad en el hogar”. Asimismo, el 20 de octubre de 2021, se aprobó el expediente de contratación del referido servicio;

Que, mediante la Resolución de Presidencia de Consejo Directivo Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería OSINERGMIN N° 129-2017-OS/PRES del 15 de diciembre de 2017, el Titular de la Entidad delegó en el Gerente General la facultad de aprobar la contratación directa establecida en el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley;

Que, de conformidad con el literal g) del numeral 27.1 del artículo 27 de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobada por Ley N° 30225, y el artículo 101 de su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 344-2018-EF;

Con la conformidad de la Gerencia General, de la Gerencia de Asesoría Jurídica y de la Gerencia de Administración y Finanzas;

**SE RESUELVE:**

**Artículo 1°.-** Aprobar la “Contratación del servicio de difusión publicitaria de orientación al ciudadano de la campaña seguridad en el hogar”, bajo el supuesto establecido “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” solicitada por la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales, por el monto de S/ 746 030.76 (Setecientos cuarenta y seis mil treinta con 76/100 Soles), incluido los impuestos de Ley, toda vez que cuenta con disponibilidad presupuestal, por un

**RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL  
ORGANISMO SUPERVISOR DE LA INVERSIÓN EN ENERGÍA Y MINERÍA  
OSINERGMIN N° 166-2021-OS/GG**

plazo de ejecución de cuarenta y dos (42) días calendarios contados desde el día hábil siguiente de la suscripción del contrato, o hasta consumir el monto total contratado, lo que ocurra primero.

**Artículo 2°.-** Autorizar a la Gerencia de Administración y Finanzas de Osinergmin que realice directamente la “Contratación del servicio de difusión publicitaria de orientación al ciudadano de la campaña seguridad en el hogar” de acuerdo a lo establecido en los artículos 101 y 102 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobado por Decreto Supremo N° 344-2018-EF.

**Artículo 3°.-** La Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales y la Gerencia de Administración y Finanzas de Osinergmin, son las responsables de realizar la contratación del proveedor que cumpla con los términos de referencia de la contratación requerida; así como del cumplimiento de la norma especial de la materia que rige la presente contratación.

**Artículo 4°.-** La fuente de financiamiento se realizará con cargo a los recursos directamente recaudados de Osinergmin.

**Artículo 5°.-** Publicar la presente Resolución y los Informes Técnico y Legal sustentatorios a través del SEACE, dentro del plazo de ley.

«jsalvador»

**Julio Salvador Jácome  
Gerente General**