

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES

CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

## BASES

### CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1

**SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O  
LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO  
TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA  
DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL  
MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE  
ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP**



## DEBER DE COLABORACIÓN

La Entidad y todo proveedor que se someta a las presentes Bases, sea como participante, postor y/o contratista, deben conducir su actuación conforme a los principios previstos en la Ley de Contrataciones del Estado.

En este contexto, se encuentran obligados a prestar su colaboración al OSCE y a la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del INDECOPI, en todo momento según corresponda a sus competencias, a fin de comunicar presuntos casos de fraude, colusión y corrupción por parte de los funcionarios y servidores de la Entidad, así como los proveedores y demás actores que participan en el proceso de contratación.

De igual forma, deben poner en conocimiento del OSCE y a la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del INDECOPI los indicios de conductas anticompetitivas que se presenten durante el proceso de contratación, en los términos del Decreto Legislativo N° 1034, "Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas", o norma que la sustituya, así como las demás normas de la materia.

La Entidad y todo proveedor que se someta a las presentes Bases, sea como participante, postor y/o contratista del proceso de contratación deben permitir al OSCE o a la Secretaría Técnica de la Comisión de Defensa de la Libre Competencia del INDECOPI el acceso a la información referida a las contrataciones del Estado que sea requerida, prestar testimonio o absolución de posiciones que se requieran, entre otras formas de colaboración.

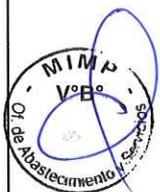


MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO  
TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL  
MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

---

## SECCIÓN ESPECÍFICA

### CONDICIONES ESPECIALES DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN



## CAPÍTULO I GENERALIDADES

### 1.1. ENTIDAD CONVOCANTE

Nombre : MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
RUC N° : 20336951527  
Domicilio legal : Jr. Camaná N° 616, Cercado de Lima.  
Teléfono: : (01) 626-1600 – Anexo 4171  
Correo electrónico: : oas08@mimp.gob.pe.

### 1.2. OBJETO DE LA CONVOCATORIA

El presente procedimiento de selección tiene por objeto la contratación del “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”, conforme al siguiente detalle:

N° ITEM	DESCRIPCION DEL ITEM
1	RADIO NACIONAL 1
2	RADIO NACIONAL 2
3	VÍA PÚBLICA LIMA
4	VÍA PÚBLICA LOCAL

### 1.3. EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN

El expediente de contratación fue aprobado mediante Formato N° 02 “Solicitud y Aprobación de Expediente de Contratación”, signado con el N° 022-2023-MIMP-OGA / AE de fecha 27 de setiembre de 2023.

### 1.4. FUENTE DE FINANCIAMIENTO

Recursos Ordinarios.

#### Importante

*La fuente de financiamiento debe corresponder a aquella prevista en la Ley de Equilibrio Financiero del Presupuesto del Sector Público del año fiscal en el cual se convoca el procedimiento de selección.*

### 1.5. SISTEMA DE CONTRATACIÓN

El presente procedimiento se rige por el sistema de **SUMA ALZADA**, de acuerdo con lo establecido en el expediente de contratación respectivo.

### 1.6. DISTRIBUCIÓN DE LA BUENA PRO

No corresponde.



### 1.7. ALCANCES DEL REQUERIMIENTO

El alcance de la prestación está definido en el Capítulo III de la presente sección de las bases.

### 1.8. PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Los servicios materia de la presente convocatoria se prestarán en el plazo indicado en el ítem “Características del servicio a realizar” de los Términos de Referencia y de acuerdo al plan de medios.

El plazo de ejecución se contabilizará a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio, y una vez que se comunique por parte de la Oficina de Comunicación el inicio de la difusión de la campaña.

La campaña se desarrollará durante el periodo de dos (2) meses en dos (2) etapas, según el medio de comunicación masivo o no tradicional contratado.

### 1.9. COSTO DE REPRODUCCIÓN Y ENTREGA DE BASES

Los participantes registrados tienen el derecho de recabar un ejemplar de las bases, para cuyo efecto deben cancelar S/ 5.00 (Cinco con 00/100 Soles) en la Caja de la Oficina de Tesorería del MIMP, sito en Jr. Camaná N° 616, distrito de Cercado de Lima – 7mo. Piso, las bases podrán recibirlas en las instalaciones de la Oficina de Abastecimiento y Servicios – 4to. Piso.

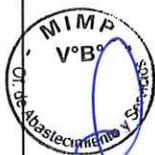
#### Importante

*El costo de entrega de un ejemplar de las bases no puede exceder el costo de su reproducción.*

### 1.10. BASE LEGAL

- Decreto Legislativo N° 1440, Decreto Legislativo del Sistema Nacional de Presupuesto Público.
- Decreto Legislativo N° 295, Código Civil.
- Ley N° 31638, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2023.
- Ley N° 31639, Ley de Equilibrio Financiero del Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2023.
- Ley N° 27815, Ley de Código de Ética de la Función Pública.
- Decreto Supremo N° 082-2019-EF, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado.
- Decreto Supremo N° 344-2018-EF, que aprueba el Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.
- Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Decreto Supremo N° 021-2019-JUS, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y de Acceso a la Información Pública.
- Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial.
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, y su modificatoria (Ley N° 31515).
- Resolución Directoral N° 232-2023-MIMP/OGA de fecha 27 de setiembre de 2023, que aprueba la Contratación Directa N° 004-2023-MIMP-1.
- Directivas, opiniones y pronunciamientos del OSCE.
- Cualquier otra disposición legal vigente que permita desarrollar el objeto de la convocatoria, que no contravenga lo regulado por la Ley de Contrataciones del Estado.

Las referidas normas incluyen sus respectivas modificaciones, de ser el caso.



## CAPÍTULO II DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

### 2.1. CALENDARIO DEL PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

Según el cronograma de la ficha de selección de la convocatoria publicada en el SEACE.

#### Importante

*De conformidad con la vigesimosegunda Disposición Complementaria Final del Reglamento, en caso la Entidad (Ministerios y sus organismos públicos, programas o proyectos adscritos) haya difundido el requerimiento a través del SEACE siguiendo el procedimiento establecido en dicha disposición, no procede formular consultas u observaciones al requerimiento.*

### 2.2. CONTENIDO DE LAS OFERTAS

La oferta debe llevar la rúbrica del representante legal, apoderado o mandatario del postor designado para dicho fin, y se presenta debidamente foliada, a través del correo electrónico [oas08@mimp.gob.pe](mailto:oas08@mimp.gob.pe) y [fbalvin@mimp.gob.pe](mailto:fbalvin@mimp.gob.pe), dirigido a la Oficina de Abastecimiento (Órgano Encargado de las Contrataciones), refiriendo la Contratación Directa N° 004-2023-MIMP-1.

Los documentos que acompañan la oferta se presentan en idioma español. Cuando los documentos no figuren en idioma español, se presenta la respectiva traducción por traductor público juramentado o traductor colegiado certificado, según corresponda, salvo el caso de la información técnica complementaria contenida en folletos, instructivos, catálogos o similares, que puede ser presentada en el idioma original.

El postor invitado es responsable de la exactitud y veracidad de los documentos que conforman su oferta, siendo que la oferta contendrá, además de un índice de documentos<sup>1</sup>, la siguiente documentación:

#### 2.2.1. Documentación de presentación obligatoria

##### 2.2.1.1. Documentos para la admisión de la oferta

- a) Declaración jurada de datos del postor. (**Anexo N° 1**)
- b) Documento que acredite la representación de quien suscribe la oferta.

En caso de persona jurídica, copia del certificado de vigencia de poder del representante legal, apoderado o mandatario designado para tal efecto.

#### Advertencia

*De acuerdo con el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 1246, las Entidades están prohibidas de exigir a los administrados o usuarios la información que puedan obtener directamente mediante la interoperabilidad a que se refieren los artículos 2 y 3 de dicho Decreto Legislativo. En esa medida, si la Entidad es usuaria de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado – PIDE<sup>2</sup> y siempre que el servicio web se encuentre activo en el Catálogo de Servicios de dicha plataforma, no corresponderá exigir el certificado de vigencia de poder y/o documento nacional de identidad.*

- c) Declaración jurada de acuerdo con el literal b) del artículo 52 del Reglamento (**Anexo N°2**)

<sup>1</sup> La omisión del índice no determina la no admisión de la oferta.

<sup>2</sup> Para mayor información de las Entidades usuarias y del Catálogo de Servicios de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado – PIDE ingresar al siguiente enlace <https://www.gobiernodigital.gob.pe/interoperabilidad/>



- d) Declaración jurada de cumplimiento de los Términos de Referencia contenidos en el numeral 3.1 del Capítulo III de la presente sección. (**Anexo N° 3**)
- e) Declaración jurada de plazo de prestación del servicio. (**Anexo N° 4**)<sup>3</sup>
- f) El precio de la oferta en SOLES. Adjuntar obligatoriamente el **Anexo N° 5**.

El precio total de la oferta y los subtotales que lo componen son expresados con dos (2) decimales.

**Importante**

- *El órgano encargado de las contrataciones verifica la presentación de los documentos requeridos. De no cumplir con lo requerido, la oferta se considera no admitida.*
- *En caso de requerir estructura de costos o análisis de precios, esta se presenta para el perfeccionamiento de la contratación.*

**2.2.1.2. Documentos para acreditar los requisitos de calificación**

Incorporar en la oferta los documentos que acreditan los “**Requisitos de Calificación**” que se detallan en el numeral 3.2 del Capítulo III de la presente sección de las bases.

**Advertencia**

*El órgano encargado de las contrataciones no podrá exigir al postor la presentación de documentos que no hayan sido indicados en los acápite “Documentos para la admisión de la oferta” y “Requisitos de calificación”.*

**2.3. REQUISITOS PARA PERFECCIONAR LA CONTRATACIÓN**

El postor ganador de la buena pro debe presentar los siguientes documentos para perfeccionar la contratación:

- a) Garantía de fiel cumplimiento del contrato.
- b) Código de cuenta interbancaria (CCI) o, en el caso de proveedores no domiciliados, el número de su cuenta bancaria y la entidad bancaria en el exterior. (**FORMATO N° 1**).
- c) Copia de la vigencia del poder del representante legal de la empresa que acredite que cuenta con facultades para perfeccionar la contratación.
- d) Copia de DNI del representante legal en caso de persona jurídica.

**Advertencia**

*De acuerdo con el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 1246, las Entidades están prohibidas de exigir a los administrados o usuarios la información que puedan obtener directamente mediante la interoperabilidad a que se refieren los artículos 2 y 3 de dicho Decreto Legislativo. En esa medida, si la Entidad es usuaria de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado – PIDE<sup>4</sup> y siempre que el servicio web se encuentre activo en el Catálogo de Servicios de dicha plataforma, no corresponderá exigir los documentos previstos en los literales e) y f).*

- e) Domicilio para efectos de la notificación durante la ejecución de la contratación.
- f) Declaración Jurada de autorización para notificación a través de dirección electrónica

<sup>3</sup> En caso de considerar como factor de evaluación la mejora del plazo de prestación del servicio, el plazo ofertado en dicho anexo servirá también para acreditar este factor.

<sup>4</sup> Para mayor información de las Entidades usuarias y del Catálogo de Servicios de la Plataforma de Interoperabilidad del Estado – PIDE ingresar al siguiente enlace <https://www.gobiernodigital.gob.pe/interoperabilidad/>



- durante la ejecución contractual. (FORMATO N° 2)
- g) Autorización de notificación de la decisión de la Entidad sobre la solicitud de ampliación de plazo mediante medios electrónicos de comunicación<sup>5</sup>. (Anexo N° 7).
  - h) Detalle de los precios unitarios del precio ofertado<sup>6</sup>.
  - i) Estructura de costos<sup>7</sup>.

#### Importante

- Corresponde a la Entidad verificar que las garantías presentadas por el postor ganador de la buena pro cumplan con los requisitos y condiciones necesarios para su aceptación y eventual ejecución, sin perjuicio de la determinación de las responsabilidades funcionales que correspondan.
- De conformidad con el Reglamento Consular del Perú aprobado mediante Decreto Supremo N° 076-2005-RE para que los documentos públicos y privados extendidos en el exterior tengan validez en el Perú, deben estar legalizados por los funcionarios consulares peruanos y refrendados por el Ministerio de Relaciones Exteriores del Perú, salvo que se trate de documentos públicos emitidos en países que formen parte del Convenio de la Apostilla, en cuyo caso bastará con que estos cuenten con la Apostilla de la Haya<sup>8</sup>.
- La Entidad no puede exigir documentación o información adicional a la consignada en el presente numeral para el perfeccionamiento de la contratación.

## 2.4. PERFECCIONAMIENTO DE LA CONTRATACIÓN

La contratación se perfecciona con la orden de servicio, la cual inicia al día siguiente de su notificación. Para dicho efecto el postor ganador de la buena pro, en el plazo de ocho (08) días hábiles, contados a partir del día siguiente de otorgada la buena pro, debe presentar la documentación requerida en Mesa de Partes del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, sito en Jr. Camaná 616, distrito de Cercado de Lima, Lima, en el horario de 08:30 horas a 16:00 horas, o desde la página web del MIMP - [www.mimp.gob.pe](http://www.mimp.gob.pe) (opción: Mesa de Partes) o ingresando directamente a <https://sgd.mimp.gob.pe/mpde>.

## 2.5. FORMA DE PAGO

La Entidad realizará el pago de la contraprestación pactada a favor del contratista, en dos (02) pagos parciales, según el siguiente detalle:

- Primer pago: 50% a la entrega del primer producto (finalización de la emisión del último spot, correspondiente a la primera etapa de la tanda de spots, de acuerdo a la pauta), previa conformidad emitida por el área usuaria.
- Segundo pago: 50% a la entrega del segundo producto (finalización de la emisión del último spot, correspondiente a la segunda etapa de la tanda de spots, de acuerdo a la pauta), previa conformidad emitida por el área usuaria.

Para efectos del pago de las contraprestaciones ejecutadas por el contratista, la Entidad debe contar con la siguiente documentación:

- Acta de conformidad de la Oficina de Comunicación.

<sup>5</sup> En tanto se implemente la funcionalidad en el SEACE, de conformidad con la Primera Disposición Complementaria Transitoria del Decreto Supremo N° 234-2022-EF.

<sup>6</sup> Incluir solo en caso de la contratación bajo el sistema a suma alzada.

<sup>7</sup> Incluir solo cuando resulte necesario para la ejecución contractual, identificar los costos de cada uno de los rubros que comprenden la oferta.

<sup>8</sup> Según lo previsto en la Opinión N° 009-2016/DTN.

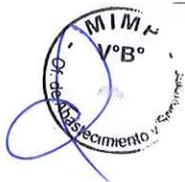


MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

---

- Comprobante de pago.
- Entregables según lo estipulado en los Términos de Referencia.

Dicha documentación (comprobante de pago y entregables) se debe presentar en Mesa de Partes del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, sito en Jr. Camaná 616, distrito de Cercado de Lima, Lima, en el horario de 08:30 horas a 16:00 horas, o desde la página web del MIMP - [www.mimp.gob.pe](http://www.mimp.gob.pe) (opción: Mesa de Partes) o ingresando directamente a <https://sqd.mimp.gob.pe/mpde>.



**CAPÍTULO III  
 REQUERIMIENTO**

**Importante**

*De conformidad con el numeral 29.8 del artículo 29 del Reglamento, 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.*

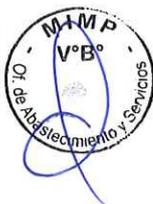
**3.1. TERMINOS DE REFERENCIA**

**Anexo N° 2: FORMATO DE TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA LA SOLICITUD DE SERVICIOS**

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN
Unidad orgánica	DIRECCIÓN II DE LA OFICINA DE COMUNICACIÓN
Meta presupuestaria	META 189
Actividad Operativa	Acciones de Comunicación e imagen institucional del MIMP
Denominación del servicio	Servicio de Publicidad en medios de comunicación masiva de alcance nacional y/o local y en medios de comunicación no tradicionales (medios digitales) para la difusión de campañas de comunicación, en el marco de la implementación del Plan de Estrategia Publicitaria 2023 del MIMP.
Antecedentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reglamento de Organización y Funciones del MIMP Artículo 62°, literal a) del Texto Integrado del Reglamento de Organizaciones y Funciones (ROF) del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, la Oficina de Comunicación (OC), dependiente de la Secretaría General, tiene entre sus funciones «diseñar, elaborar, ejecutar y evaluar el Plan de Comunicación Estratégica y el Plan de Estrategia Publicitaria del MIMP, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección, los órganos de línea y los órganos de administración interna correspondientes»</li> <li>Resolución Ministerial N° 267-2023-MIMP, de fecha 21 de Julio 2023 mediante la cual se aprueba el “Plan de Estrategia Publicitaria 2023” correspondiente a la Unidad Ejecutora 001: Administración Nivel Central del Pliego 039: Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables –MIMP.</li> <li>Ley N° 28874, modificada por Ley N° 31515, Ley que regula la publicidad estatal.</li> <li>Ley N°28278, Ley de Radio y Televisión.</li> </ul>
Finalidad pública (obligatorio)	<p>El Plan de Estrategia Publicitaria (PEP) 2023, constituye un instrumento complementario al Plan de Comunicación Estratégica, que tiene como finalidad específica identificar y detallar las iniciativas comunicacionales priorizadas para el Sector que contarán con inversión publicitaria en medios de comunicación masivos (Ley N°28874 y su modificatoria N° 31515, Ley que regula la publicidad estatal), menciona específicamente la prensa escrita, radio y televisión).</p> <p>En dicho contexto, el citado documento de gestión contiene las campañas publicitarias orientadas a difundir los servicios que brinda el Sector, así como promover medidas preventivas ante situaciones de violencia y poner en el centro de la discusión pública la necesidad de implementar acciones para proteger y garantizar los derechos de las niñas, niños y adolescentes, especialmente aquella en situación de vulnerabilidad</p> <p>El Plan de Estrategia Publicitaria 2023, incluye la campaña denominada: “También es mi problema”, cuyo objetivo es visibilizar la violencia contra la mujer como un problema transversal a todos los estratos socioeconómicos y que golpea a la sociedad en su conjunto. De esta manera, se busca generar un compromiso amplio que involucre a aliados instituciones (del sector público y privado) y a los ciudadanos de a pie, para</p>



	<p>que intervengan de manera más activa en la prevención y combate a la violencia contra niñas, adolescentes y mujeres.</p> <p>En ese sentido, con la finalidad de garantizar la difusión de mensajes comunicacionales que contribuyan a establecer y mantener un posicionamiento favorable del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, que permita contar con un sostenido respaldo público y político a las políticas e iniciativas que impulsa el Sector y se constituya así en un elemento que aporte al logro de los objetivos institucionales, se requiere contratar el Servicio de Publicidad en medios de comunicación masiva de alcance nacional y/o local y en medios de comunicación no tradicionales (medios digitales) para la difusión de campañas de comunicación, en el marco de la implementación del Plan de Estrategia Publicitaria 2023 del MIMP.</p>
<p><b>Objeto de la contratación (obligatorio)</b></p>	<p>Difusión de mensajes comunicacionales, referidos a la campaña: “También es mi problema”, con el objetivo de sensibilizar a la ciudadanía sobre la violencia contra las mujeres y niñas, difundir los servicios y las acciones conjuntas que realizan los distintos sectores del Ejecutivo en beneficio de la integridad de las mujeres y las niñas, así como promover el involucramiento de toda la sociedad (los tres poderes del Estado, gobiernos regionales y locales, empresa privada, medios de comunicación y ciudadanía en general) en la lucha contra la violencia hacia las mujeres y niñas.</p>
<p><b>Características del servicio a realizar</b></p>	<p>Contratación de publicidad en medios de comunicación masiva de alcance nacional y/o local y en medios de comunicación no tradicional (medios digitales), de acuerdo a lo propuesto para la campaña por la central de medios contratada para brindar el servicio de elaboración del plan de medios y que servirá para la difusión publicitaria de la campaña denominada:</p> <p>“También es mi Problema”, la misma que forma parte de Plan de Estrategia Publicitaria 2023, aprobada mediante Resolución Ministerial N° 267-2023-MIMP, cuyo objetivo es visibilizar la violencia contra la mujer como un problema transversal a todos los estratos socioeconómico y que golpea a la sociedad en su conjunto. De esta manera, se busca generar un compromiso amplio que involucre a aliados institucionales (del sector público y privado) y a los ciudadanos de a pie, para que intervengan de manera más activa en la prevención y combate a la violencia contra niñas, adolescentes y mujeres.</p> <p>Se tiene previsto difundir: piezas comunicacionales para radio y medios digitales; spots audiovisuales y radiales. Estos materiales de comunicación serán publicados y/o difundidos en los diferentes medios de comunicación masiva de alcance nacional y/o local. Además, en medios de comunicación no tradicional (medios digitales). (MIMP)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>PÚBLICO OBJETIVO</b></li> <li>• Mujeres y hombres de sectores urbanos y rurales:</li> </ul> <p>Se quiere influenciar a funcionarios de los sectores involucrados, representantes de los otros poderes del Estado, medios de comunicación, comunidad educativa, comunidad educativa, gobiernos locales, organizaciones comunitarias, gremios profesionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>PERIODO DE DURACIÓN</b></li> <li>• La campaña se desarrollará durante 2 meses en 2 etapas.</li> </ul>



• SELECCIÓN DE MEDIOS Y ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN

La selección y contratación de los medios de difusión para esta campaña se ha regido bajo las normas establecidas en el ordenamiento legal vigente. La elección apropiada de los medios de comunicación conseguirá un impacto positivo en la difusión de la campaña, así como también en transmitir el mensaje a la población.

Por ello, cabe mencionar que la radio se posiciona como el medio más fuerte, gracias a la diversificación de la oferta radial, distribuida entre emisoras nacionales y locales. (CPI 2023)

Adicionalmente, los medios digitales tienen un alcance semanal del 81% de la población nacional: 92% en Lima y 72% en el interior. Con respecto a la publicidad de exteriores (OOH/DOOH) posee un alcance nacional de 75%: 88% en Lima y 66% en el interior. (CPI 2023)

A continuación, se detallará cada medio a utilizar en la campaña de "También es mi problema" que está compuesta por materiales de 30" en radio, pantallas led y vallas en vía pública y medios digitales.

Los criterios de selección de medios son: consumo de medios, cobertura, audiencia, afinidad y rentabilidad

• RADIO - NACIONAL:

Material de 30", se han seleccionado aquellas emisoras que muestran la mejor rentabilidad dado el presupuesto con el que contamos. Del mismo modo buscamos cubrir los diferentes géneros musicales con el fin de incrementar el alcance del mensaje.

Considerar no menos de tres emisoras radiales que cumplan con los criterios de selección tales como: consumo de medios, cobertura, audiencia, afinidad y rentabilidad

**Procedimiento**

Los spots radiales de 30 segundos, serán difundidos en radios de alcance nacional de acuerdo al plan de medios-pauta, presentada por la central de medios contratada para tal fin, que será entregada por la oficina de comunicación.

La pauta publicitaria prevista en radio de alcance nacional consiste en avisos rotativos a difundirse a lo largo de dos meses, en el horario de 6 a.m. hasta la medianoche, de lunes a viernes.

En total se prevé una pauta de 90 avisos por etapa, 180 avisos en total. Con esto se proyecta un alcance de aproximadamente 2.6 millones de personas, equivalente al 24% del target.



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
 CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

Cobertura	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Avisos
	Mes tipo				
Nacional					48
Nacional					18
Nacional					24
					90

- Pauta por etapa.

**PERIODO DE DURACIÓN**

- La campaña se desarrollará durante 2 meses en 2 etapas.

Se adjunta Anexo 1 Pauta Radio Nacional

• **RADIO - LOCAL:**

Material de 30". A estas emisoras se las recomienda por ser netamente locales y por su cobertura geográfica en las zonas señaladas en el brief. Estas emisoras cumplen con todos los requisitos necesarios, tales como: licencias del MTC, RNP, vigencias poder actualizadas.

Considerar no menos de diez emisoras radiales que cumplan con los criterios de selección tales como: consumo de medios, cobertura, audiencia, afinidad y rentabilidad

**Procedimiento**

Los spots radiales de 30 segundos, serán difundidos en radios de alcance local de acuerdo al plan de medios-pauta, presentado por la central de medios contratada para tal fin, que será entregada por la oficina de comunicación

La pauta publicitaria prevista en radio de alcance local consiste en avisos rotativos a difundirse a lo largo de dos meses, en el horario de 6 a.m. hasta la medianoche, de lunes a viernes.

En total, se prevé una pauta de 600 avisos por etapa, 1,200 avisos en total.



Tipo de medio	Cobertura	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Años
		Mes tipo				
Radio local	Trujillo					60
	Huancayo					60
	Cusco					60
	Arequipa					60
	Puerto Maldonado					60
	Cajamarca					60
	Ica					60
	Huacho					60
	Cañete					60
	Lima (Gamarra)					60

- Pauta por etapa.

**PERIODO DE DURACIÓN**

- La campaña se desarrollará durante 2 meses en 2 etapas.

Se adjunta Anexo 2 : Pauta Radio Local

**PANTALLAS LED/VALLAS**

Se propone el uso de vallas y pantallas led, para no incurrir en gastos de producción, las ubicaciones finales dependerán de la disponibilidad al momento de implementar la campaña.

**VIA PUBLICA LIMA - VALLAS**

En Lima, se ha contemplado la colocación de vallas a lo largo de la línea 1 del Metro, que recorre la ciudad desde Villa El Salvador hasta San Juan de Lurigancho, en una ruta de 35 kilómetros que pasa por 11 distritos. Se trata de un medio de transporte de gran afluencia (12.5 millones de pasajeros por mes, según datos de julio de 2023). Entre los pasajeros, los niveles socioeconómicos predominantes son el 'B' y el 'C', y la frecuencia de uso promedio por parte de los usuarios de 9.2 viajes por semana.

**Procedimiento**

Dos circuitos de 13 valla fijas, en igual número de estaciones, esto con el fin de aumentar el alcance y cobertura de la campaña. 13 elementos por 28 días por etapa.



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
 CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

Tipo de medio	Cobertura	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Avisos
		Mes tipo				
Vía Pública Lima	Lima					13

- Pauta por etapa.

**PERIODO DE DURACIÓN**

- La campaña se desarrollará durante 2 meses en 2 etapas.

Se adjunta Anexo 3: Pauta Vía Pública Lima

**VIA PUBLICA LOCAL – PANTALLAS LED Y VALLAS**

Asimismo, se ha contemplado la utilización de pantallas LED en las ciudades de Arequipa y Trujillo, y de vallas fijas en la ciudad del Cusco

**Procedimiento**

Se plantea la compra de los espacios publicitarios en las pantallas LED y vallas, a través de los contratistas recomendados en el plan de medios 7 elementos por 30 días por etapa.

Tipo de medio	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Avisos
	Mes tipo				
Vía Pública local					7

- Pauta por etapa.

**PERIODO DE DURACIÓN**

- La campaña se desarrollará durante 2 meses en 2 etapas.

Se adjunta Anexo 4: Pauta Vía Pública Local

**MEDIOS DIGITALES**

Se propone tener pauta tanto en FACEBOOK como en INSTAGRAM que son las redes sociales más utilizadas por el target, por ello usaremos distintos formatos para maximizar el alcance, generar visualizaciones de video y llevar tráfico a la web. También, pagaremos en TIK TOK que es una red social y de contenido en constante crecimiento y es un medio muy afín a la campaña. Además, cubriremos y



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
 CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

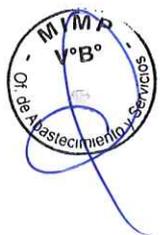


	<p>fortaleceremos el awareness de la campaña a través del formato video in-stream de YOUTUBE para obtener visualizaciones de video.</p> <p><b>Facebook / Instagram</b>                  De acuerdo con el plan de medios propuesto, se contempla la inversión en tres formatos a lo largo de dos meses</p> <p><b>Tik Tok</b></p> <p>Para esta red social se propone la compra de visualizaciones de video en formato video spot, que es un anuncio que rotará de manera aleatoria en la plataforma y estará segmentado al público objetivo de la campaña, además irá acompañado de un texto con el nombre de la marca y el logo. Para lograr la mejor efectividad, se sugiere que los videos tengan una extensión no mayor a 30 segundos y en ningún caso deben exceder un minuto de duración.</p> <p>Dicha compra se realizará a través del contratista recomendado por la Central de Medios</p> <p><b>YouTube</b></p> <p>Para esta plataforma se propone la compra del video in-stream, que es un formato de anuncio que aparece antes de que los consumidores vean el video de su elección. Se recomienda que la duración del video no exceda los 30 segundos.</p> <p>Dicha compra se realizará a través del contratista recomendado por la Central de Medios</p> <table border="1" data-bbox="710 996 1260 1198"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Tipo de medio</th> <th rowspan="2">Cobertura</th> <th>Semana 1</th> <th>Semana 2</th> <th>Semana 3</th> <th>Semana 4</th> </tr> <tr> <th colspan="4">Mes tipo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Digital</td> <td>Nacional</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Nacional</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>Nacional</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p><b>PERIODO DE DURACIÓN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La campaña se desarrollará durante 2 meses</li> </ul> <p>Se adjunta Anexo 5 : Plan de medios digital</p>	Tipo de medio	Cobertura	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Mes tipo				Digital	Nacional						Nacional						Nacional				
Tipo de medio	Cobertura			Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4																						
		Mes tipo																											
Digital	Nacional																												
	Nacional																												
	Nacional																												
<p><b>Resultados Esperados</b></p>	<p>Los resultados esperados son los siguientes:</p> <p>Los entregables tramitados por la central de medios, se presentarán en un plazo máximo de hasta cinco (05) días calendario contados desde la culminación (emisión de spots correspondiente a cada una de las etapas de la campaña, prevista según el plan de medios, a través de mesa de partes del MIMP, Jr. Camaná N° 616 o mesa de partes virtual de la Entidad, ingresando directamente a <a href="https://sgd.mimp.gob.pe/mpde">https://sgd.mimp.gob.pe/mpde</a> en el horario de 08:00horas a 16:00 horas, la</p>																												



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
 CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

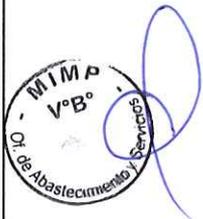
	<p>misma que debe estar dirigida a la Oficina de Comunicación de acuerdo al siguiente detalle:</p> <p>Para la campaña y de acuerdo a los medios de comunicación contratados para brindar el servicio de publicidad, según lo propuesto por la Central de Medios:</p> <p><b>EN GENERAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Cada medio de comunicación – masivo o no tradicional contratada presentará un informe a la culminación de cada una de las etapas de la emisión de los spots previstos según la pauta y un informe final de la campaña con el consolidado por cada una de las etapas, que evidencie el cumplimiento de la difusión, informe que será recabado o tramitado por la central de medios a la culminación de la difusión de cada etapa de la campaña.</li> </ul> <p><b>EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS (RADIOS)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>El medio radial presentará documento dirigido a la entidad donde declare el cumplimiento de emisión de la pauta por cada etapa prevista según pauta contratada. Este se entregará a través de la central de medios contratada por la ENTIDAD en su etapa de supervisión de la campaña.</li> </ul> <p><b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVOS</b></p> <p><b>VÍA PÚBLICA :</b></p> <p>Cada proveedor de publicidad (vallas, pantallas digitales), presentará un documento dirigido al Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, donde declare el cumplimiento de la publicación de los anuncios contratados, estos se entregarán a través de la central de medios contratada por el MIMP en su etapa de supervisión de la campaña</p> <p><b>PLATAFORMAS DIGITALES</b></p> <p>Cada proveedor presentará un documento dirigido al Ministerio de la Mujer y Poblaciones vulnerables, donde declare el cumplimiento de la publicación de los anuncios contratados, estos se entregarán a través de la central de medios contratada por el MIMP en su etapa de supervisión de la campaña</p> <p>Los entregables que deberán ser tramitados por la central de medios Los entregables tramitados por la central de medios, se presentarán en un plazo máximo de hasta cinco (05) días calendario contados desde la culminación (emisión de spots correspondiente a cada una de las etapas de la campaña, prevista según el plan de medios, a través de mesa de partes del MIMP, Jr. Comercio N° 616 o mesa de partes virtual de la Entidad, ingresando directamente a <a href="https://sgd.mimo.gob.pe/mode">https://sgd.mimo.gob.pe/mode</a> en el horario de 08:00 horas a 16:00 horas.</p>
<p><b>Requisitos del proveedor</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los posters son los detallados en el plan de medios elaborado por la central de medios contratada para tal fin. Estos medios seleccionados deben estar operando de acuerdo a la normativa.</li> </ul>



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES

CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

<p><b>Lugar y plazo de ejecución (obligatorio)</b></p>	<p>La prestación del servicio deberá ejecutarse en las instalaciones del contratista y durante los plazos indicados en el ítem “Características del Servicio a Realizar”, del presente término de referencia y de acuerdo al plan de medios.</p> <p>El plazo de ejecución se contabilizará a partir del día siguiente de la firma del contrato y/o orden de servicio, y una vez que se comunique por parte de la Oficina de Comunicación el inicio de la difusión de la campaña.</p> <p>La fecha de emisión de los spots radiales, podrá ser modificada por la Oficina de Comunicación del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, previa coordinación con la central de medios.</p> <p>La campaña se desarrollará durante el periodo de 2 meses en 2 etapas, según el medio de comunicación masivo o no tradicional contratado.</p>
<p><b>Confidencialidad</b></p>	<p>El contratista se compromete a no revelar, comentar, suministrar o transferir de cualquier forma a terceros, la información que hubiere recibido directa o indirectamente del MIMP o que hubiese generado como parte del servicio.</p> <p>El incumplimiento de esta obligación dará lugar a la resolución inmediata del contrato perfeccionado mediante orden de servicio.</p>
<p><b>Conformidad (obligatorio)</b></p>	<p>La supervisión del servicio estará a cargo del Director II de la Oficina de Comunicación quien será responsable de emitir la conformidad de servicio.</p>
<p><b>Forma y condiciones de pago (obligatorio)</b></p>	<p>El pago se realizará luego de la presentación de los entregables producto de la culminación de cada etapa prevista para la campaña y conformidad otorgada por la Oficina de Comunicación, de acuerdo al siguiente detalle:</p> <p>El pago se efectuará de la siguiente manera:</p> <p>Primer pago : 50% a la entrega del primer producto (finalización de la emisión del último spot, correspondiente a la primera etapa de la tanda de spots, de acuerdo a pauta), previa conformidad emitida por el área usuaria,</p> <p>Segundo pago: 50% a la entrega del segundo producto (finalización de la emisión del último spot, correspondiente a la segunda etapa de la tanda de spots, de acuerdo a pauta), previa conformidad emitida por el área usuaria</p>
<p><b>Cláusula de Anticorrupción</b></p>	<p>El contratista no debe ofrecer, negociar o efectuar, cualquier pago, objeto de valor o cualquier dódiva en general, o cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación al contrato, que puedan constituir un incumplimiento a la ley, tales como robo, fraude, cohecho o tráfico de influencias, directa o indirectamente, o a través de socios, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores o personas vinculadas, en concordancia a lo establecido en el artículo 138.4° del TUO de la Ley de contrataciones del Estado - Ley N° 30225.</p> <p>Asimismo, el contratista se obliga a conducirse en todo momento, durante la ejecución del contrato, con honestidad, probidad, veracidad e integridad y de no cometer actos ilegales o de corrupción, directa o indirectamente o a través de sus socios, accionistas, participacionistas, integrantes de los órganos de administración, apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas, en virtud a lo establecido en el artículo antes citado del TUO de la Ley de Contrataciones del Estado.</p>



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES

CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – “SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP”

	Asimismo, el contratista se compromete a comunicar a las autoridades competentes, de manera directa y oportuna, cualquier acto o conducta ilícita o corrupta de la que tuviere conocimiento; así también en adoptar medidas técnicas, organizacionales y/o de personal apropiadas para evitar los referidos actos o prácticas, a través de los canales dispuestos por el MIMP.
<b>Penalidades (obligatorio)</b>	<p>Si el proveedor no cumple con el servicio dentro del plazo estipulado, la Entidad aplicará una penalidad por cada día de atraso. La penalidad se aplicará automáticamente y se calculará de acuerdo a la siguiente fórmula:</p> $\text{Penalidad diaria} = 0.10 \times \text{Monto} \times \text{Plazo en días}$ <p>Para plazos menores o iguales a 60 días F=0.40                  Para plazos mayores a 60 días F=0.25</p> <p>MIMP se reserva el derecho de resolver la orden de servicio ante la imposición de penalidades por parte del contratista.</p> <p>La Entidad tiene el derecho a exigir, además de la penalidad, el cumplimiento de la obligación.</p>
<b>Marco legal</b>	La presente contratación se rige por las disposiciones de la Ley N° 28874, modificada por Ley N° 31515, Ley que regula la publicidad estatal y el Código Civil, así como de manera supletoria por las disposiciones de la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamentación, en cuanto corresponda.





**ANEXO 1 : RADIO NACIONAL  
 PAUTA CAMPAÑA TAMBIEN ES MI PROBLEMA**

**RADIO LA ZONA FM**

Razón Social/RUC: GRUPO RPP SJC / 20492353214

Transmite música urbana. Aseguri llegada en el público joven. 48 avisos por etapa.

Programa	Repetición	Día	Hora	Duración	Segunda	Tercera	Cuarta	Quinta	Sexta	Séptima	Octava	Novena	Décima	Costo Total	Costo Unitario
														1,500.00	24,000.00

**RADIO NUEVA Q FM**

Razón Social/RUC: CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C. / 20382350368

Emitora ubicada en el 2do lugar del ranking del CPI para el grupo objetivo. Transmite música de género cumbia. 18 avisos por etapa.

Programa	Repetición	Día	Hora	Duración	Segunda	Tercera	Cuarta	Quinta	Sexta	Séptima	Octava	Novena	Décima	Costo Total	Costo Unitario
														1,800.00	21,600.00

**RADIO RITMO ROMÁNTICA FM**

Razón Social/RUC: CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C. / 20382350368

Radio que transmite música romántica y baladas, gran afinidad con el público femenino. 24 avisos por etapa.

Programa	Repetición	Día	Hora	Duración	Segunda	Tercera	Cuarta	Quinta	Sexta	Séptima	Octava	Novena	Décima	Costo Total	Costo Unitario
														4,700.00	21,300.00



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
 CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – "SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP"



SECTOR PÚBLICO  
 SISTEMA DE CONTRATACIÓN DIRECTA  
 MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
 DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y LOGÍSTICA  
 Oficina de Asesoría Jurídica  
 Calle Jirón de la Amaluz 100  
 Lima 15001

ANEXO 3 : PAUTA VÍA PÚBLICA LIMA

PROVEEDOR	DETALLE	N° DE ELEMENTOS	PERIODO	MEDIDA	Costo Unitario	Costo Total Neto S/.	Costo Total Inc. IGV
JC DECAUX	ALQUILER	13	28 DIAS	2.95 X 1.45	2,380.00	30,940.00	36,509.20
TOTAL						30,940.00	36,509.20



SECTOR PÚBLICO  
 SISTEMA DE CONTRATACIÓN DIRECTA  
 MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
 DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN Y LOGÍSTICA  
 Oficina de Asesoría Jurídica  
 Calle Jirón de la Amaluz 100  
 Lima 15001

ANEXO 4 : PAUTA VÍA PÚBLICA LOCAL

PROVEEDOR	CIUDAD	ELEMENTO	N° DE ELEMENTOS	DIAS	Ubicaciones (*)	Costo Unitario	Costo Total Neto S/.	Costo Total Inc. IGV
COOHETE	AREQUIPA	PANTALLAS L	1	30	9 x 4 Av. Del Ejército con Cayma	5,000.00	5,000.00	5,900.00
COOHETE	TRUJILLO	PANTALLAS L	1	30	9 x 4 Av. España/Juan Pablo II	5,000.00	5,000.00	5,900.00
COOHETE	AREQUIPA	PANTALLAS M	1	30	10 x 1 Mall Porongoché	3,900.00	3,900.00	4,602.00
COOHETE	TRUJILLO	PANTALLAS M	1	30	8 x 4 César Vallejo/Fátima	3,900.00	3,900.00	4,602.00
COOHETE	CUSCO	VALLAS	3	30	4.6 x 2 Ovalo Padhacutec	1,950.00	5,850.00	6,903.00
COOHETE	CUSCO	VALLAS		30	4.6 x 2 Av. Cultura (Estadio universitario)			
COOHETE	CUSCO	VALLAS		30	4.6 x 2 Av. Cultura cuadra 5			
TOTAL			7				23,650.00	27,907.00



### 3.2. REQUISITOS DE CALIFICACIÓN

A	<b>CAPACIDAD LEGAL</b>
	<b>HABILITACIÓN</b> <u>Requisitos:</u>  La autorización de las estaciones de radio y televisión, para prestar servicios de radiodifusión del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, conforme a lo establecido en el Decreto Supremo N° 064-2023-PCM, Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N° 31515.  <b>Importante</b> <i>De conformidad con la Opinión N° 186-2016/DTN, la habilitación de un postor, está relacionada con cierta atribución con la cual debe contar el proveedor para poder llevar a cabo la actividad materia de contratación, este es el caso de las actividades reguladas por normas en las cuales se establecen determinados requisitos que las empresas deben cumplir a efectos de estar habilitadas para la ejecución de determinado servicio o estar autorizadas para la comercialización de ciertos bienes en el mercado.</i>  <u>Acreditación:</u>  Copia de la autorización de las estaciones de radio y televisión, para prestar servicios de radiodifusión del Ministerio de Transportes y Comunicaciones; y una declaración jurada, en la que manifieste que dicha autorización se encuentra vigente, señalando el número de la resolución del título habilitante correspondiente.



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1 – "SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP"

---

## ANEXOS Y FORMATOS



ANEXO N° 1  
ÍTEM N° .....

DECLARACIÓN JURADA DE DATOS DEL POSTOR

Señores  
ÓRGANO ENCARGADO DE LAS CONTRATACIONES  
CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1  
Presente.-

El que se suscribe, [.....], postor y/o Representante Legal de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], identificado con [CONSIGNAR TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD] N° [CONSIGNAR NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD], con poder inscrito en la localidad de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA] en la Ficha N° [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA] Asiento N° [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], **DECLARO BAJO JURAMENTO** que la siguiente información se sujeta a la verdad:

Nombre, Denominación o Razón Social :			
Domicilio Legal :			
RUC :	Teléfono(s) :		
MYPE <sup>9</sup>	Sí	No	
Correo electrónico :			

**Autorización de notificación por correo electrónico:**

Autorizo que se notifiquen al correo electrónico indicado las siguientes actuaciones:

1. Solicitud de la descripción a detalle de todos los elementos constitutivos de la oferta.
2. Solicitud de reducción de la oferta económica.
3. Solicitud de subsanación de los requisitos para perfeccionar la contratación.
4. Solicitud para presentar los documentos para perfeccionar la contratación, según orden de prelación, de conformidad con lo previsto en el artículo 141 del Reglamento.
5. Respuesta a la solicitud de acceso al expediente de contratación.
6. Notificación de la orden de servicio<sup>10</sup>

Asimismo, me comprometo a remitir la confirmación de recepción, en el plazo máximo de dos (2) días hábiles de recibida la comunicación.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....  
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o Representante legal, según corresponda**

**Importante**

*La notificación dirigida a la dirección de correo electrónico consignada se entenderá válidamente efectuada cuando la Entidad reciba acuse de recepción.*

<sup>9</sup> Esta información será verificada por la Entidad en la página web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo en la sección consulta de empresas acreditadas en el REMYPE en el link <http://www2.trabajo.gob.pe/servicios-en-linea-2-2/> y se tendrá en consideración, en caso el postor ganador de la buena pro solicite la retención del diez por ciento (10%) del monto del contrato, en calidad de garantía de fiel cumplimiento, en los contratos periódicos de prestación de servicios, según lo señalado en el numeral 149.4 del artículo 149 y numeral 151.2 del artículo 151 del Reglamento. Asimismo, dicha información se tendrá en cuenta en caso de empate, conforme a lo previsto en el artículo 91 del Reglamento.

<sup>10</sup> Cuando el monto del valor estimado del procedimiento o del ítem no supere los doscientos mil Soles (S/ 200,000.00), en caso se haya optado por perfeccionar el contrato con una orden de servicio.



**ANEXO N° 2**  
**ÍTEM N° .....**

**DECLARACIÓN JURADA**  
**(ART. 52 DEL REGLAMENTO DE LA LEY DE CONTRATACIONES DEL ESTADO)**

Señores  
**ÓRGANO ENCARGADO DE LAS CONTRATACIONES**  
**CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1**  
Presente.-

Mediante el presente el suscrito, postor y/o Representante Legal de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], declaro bajo juramento:

- i. No haber incurrido y me obligo a no incurrir en actos de corrupción, así como a respetar el principio de integridad.
- ii. No tener impedimento para postular en el procedimiento de selección ni para contratar con el Estado, conforme al artículo 11 de la Ley de Contrataciones del Estado.
- iii. Conocer las sanciones contenidas en la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento, así como las disposiciones aplicables de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- iv. Participar en el presente proceso de contratación en forma independiente sin mediar consulta, comunicación, acuerdo, arreglo o convenio con ningún proveedor; y, conocer las disposiciones del Decreto Legislativo N° 1034, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.
- v. Conocer, aceptar y someterme a las bases, condiciones y reglas del procedimiento de selección.
- vi. Ser responsable de la veracidad de los documentos e información que presento en el presente procedimiento de selección.
- vii. Comprometerme a mantener la oferta presentada durante el procedimiento de selección y a perfeccionar la contratación, en caso de resultar favorecido con la buena pro.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]



.....  
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o Representante legal, según corresponda**

**Importante**

*En el caso de consorcios, cada integrante debe presentar esta declaración jurada, salvo que sea presentada por el representante común del consorcio.*

**ANEXO N° 3**  
**ÍTEM N° .....**

**DECLARACIÓN JURADA DE CUMPLIMIENTO DE LOS TÉRMINOS DE REFERENCIA**

Señores  
**ÓRGANO ENCARGADO DE LAS CONTRATACIONES**  
**CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1**  
Presente.-

Es grato dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento que luego de haber examinado las bases y demás documentos del procedimiento de la referencia y, conociendo todos los alcances y las condiciones detalladas en dichos documentos, el postor que suscribe ofrece el **SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP**, de conformidad con los Términos de Referencia que se indican en el numeral 3.1 del Capítulo III de la sección específica de las bases y los documentos del procedimiento.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....  
Firma, Nombres y Apellidos del postor o  
Representante legal o común, según corresponda



**Importante**

*Adicionalmente, puede requerirse la presentación de documentación que acredite el cumplimiento de los términos de referencia, conforme a lo indicado en el acápite relacionado al contenido de las ofertas de la presente sección de las bases.*

**ANEXO N° 4**  
**ÍTEM N° .....**

**DECLARACIÓN JURADA DE PLAZO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO**

Señores  
**ÓRGANO ENCARGADO DE LAS CONTRATACIONES**  
**CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1**  
Presente.-

Mediante el presente, con pleno conocimiento de las condiciones que se exigen en las bases del procedimiento de la referencia, me comprometo a prestar el servicio objeto del presente procedimiento de selección en el plazo indicado en el ítem “Características del servicio a realizar” de los Términos de Referencia y de acuerdo al plan de medios.

El plazo de ejecución se contabilizará a partir del día siguiente de la notificación de la orden de servicio, y una vez que se comunique por parte de la Oficina de Comunicación el inicio de la difusión de la campaña.

La campaña se desarrollará durante el periodo de dos (2) meses en dos (2) etapas, según el medio de comunicación masivo o no tradicional contratado.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....  
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o**  
**Representante legal o común, según corresponda**



**ANEXO N° 5**  
**ÍTEM N° .....**

**PRECIO DE LA OFERTA**

Señores  
**ÓRGANO ENCARGADO DE LAS CONTRATACIONES**  
**CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1**  
Presente.-

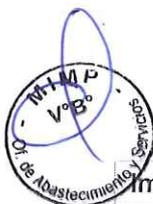
Es grato dirigirme a usted, para hacer de su conocimiento que, de acuerdo con las bases, mi oferta es la siguiente:

CONCEPTO	PRECIO TOTAL
SERVICIO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA DE ALCANCE NACIONAL Y/O LOCAL Y EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NO TRADICIONALES (MEDIOS DIGITALES) PARA LA DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN, EN EL MARCO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023 DEL MIMP	S/
<b>TOTAL</b>	<b>S/</b>

El precio de la oferta en SOLES incluye todos los tributos, seguros, transporte, inspecciones, pruebas y, de ser el caso, los costos laborales conforme a la legislación vigente, así como cualquier otro concepto que pueda tener incidencia sobre el costo del servicio a contratar; excepto la de aquellos postores que gocen de alguna exoneración legal, no incluirán en el precio de su oferta los tributos respectivos.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....  
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o**  
**Representante legal o común, según corresponda**



**Importante**

- *El postor debe consignar el precio total de la oferta, sin perjuicio que, de resultar favorecido con la buena pro, presente el detalle de precios unitarios para el perfeccionamiento de la contratación.*
- *En caso de procedimientos según relación de ítems, consignar lo siguiente:  
“El postor puede presentar el precio de su oferta en un solo documento o documentos independientes, en los ítems que se presente”.*

**ANEXO N° 7**  
**ÍTEM N° .....**

**AUTORIZACIÓN DE NOTIFICACIÓN DE LA DECISIÓN DE LA ENTIDAD SOBRE LA SOLICITUD DE AMPLIACIÓN DE PLAZO MEDIANTE MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN**  
**(DOCUMENTO A PRESENTAR EN EL PERFECCIONAMIENTO DE LA CONTRATACIÓN)**

Señores  
**ÓRGANO ENCARGADO DE LAS CONTRATACIONES**  
**CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1**  
Presente.-

El que se suscribe, [.....], postor adjudicado y/o Representante Legal de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], identificado con [CONSIGNAR TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD] N° [CONSIGNAR NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD], autorizo que durante la ejecución de la contratación se me notifique al correo electrónico [INDICAR EL CORREO ELECTRÓNICO] lo siguiente:

Notificación de la decisión de la Entidad respecto a la solicitud de ampliación de plazo.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....  
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o Representante legal o común, según corresponda**

**Importante**

*La notificación de la decisión de la Entidad respecto a la solicitud de ampliación de plazo se efectúa por medios electrónicos de comunicación, siempre que se cuente con la autorización correspondiente y sea posible obtener un acuse de recibo a través del mecanismo utilizado.*



FORMATO N° 1

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Lima, ....., ..... del .....

Señores

**MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES**

Presente. -

**Asunto: Autorización para el pago con abono en cuenta**

Por medio de la presente, comunico a Usted que el número de CÓDIGO DE CUENTA INTERBANCARIO (CCI) que consta de (20 NUMEROS) es:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20

PROVEEDOR:

--

(Indicar el nombre o razón social del proveedor titular de la cuenta)

RUC N°

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Agradeciéndole se sirva disponer lo conveniente de manera que los pagos a nombre de mi representada sean abonados en la **cuenta de ahorros en SOLES del BANCO:**

NOMBRE DE BANCO:

Asimismo, dejo constancia que la factura a ser emitida por el suscrito (o mi representada) una vez cumplida o atendida la correspondiente contratación quedará cancelada para todos sus efectos mediante la sola acreditación del importe de la referida factura a favor de la cuenta en la Entidad bancaria a que se refiere el primer párrafo de la presente.

Atentamente,

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....  
Firma, Nombres y Apellidos del postor o

Representante legal, según corresponda



FORMATO N° 2

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORIZACION PARA NOTIFICACION A TRAVÉS DE DIRECCION ELECTRONICA DURANTE LA EJECUCION CONTRACTUAL

Señores  
**MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES**  
Presente. -

El que se suscribe, [.....], adjudicado y/o Representante Legal de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], identificado con [CONSIGNAR TIPO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD] N° [CONSIGNAR NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD], con poder inscrito en la localidad de [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA] en la Ficha N° [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA] Asiento N° [CONSIGNAR EN CASO DE SER PERSONA JURÍDICA], DECLARO BAJO JURAMENTO, en mi calidad de postor adjudicado con la buena pro de la **CONTRATACION DIRECTA N° 004-2023-MIMP-1**, para el ....., autorizo a efectos que se realicen las notificaciones o cualquier comunicación de la Entidad durante la etapa de ejecución contractual, a través de la(s) dirección(es) de correo electrónico consignada(s) en el presente documento, teniéndose como fecha de acuse de haber recibido las notificaciones por parte de la Entidad desde la fecha de su envío al(los) correo(s) electrónico(s), que señalo a continuación:

Correo electrónico:
Correo adicional:

Suscribo la presente declaración a efecto de autorizar<sup>11</sup> lo señalado.

[CONSIGNAR CIUDAD Y FECHA]

.....  
**Firma, Nombres y Apellidos del postor o  
Representante legal, según corresponda**



<sup>11</sup> Artículo 20 del D.S. N° 004-2019-JUS, TUO de la Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General. - (...) 20.4. El administrado interesado o afectado por el acto que hubiera consignado en su escrito alguna dirección electrónica que conste en el expediente podrá ser notificado a través de ese medio siempre que haya dado su autorización expresa para ello. Para este caso no es de aplicación el orden de prelación dispuesto en el numeral 20.1.

