



Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones

Consejo Consultivo
de Radio y Televisión

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

TERMINOS DE REFERENCIA

"SERVICIO DE ESTUDIO CUANTITATIVO SOBRE CONSUMO RADIAL Y TELEVISIVO EN NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES"

Unidad Orgánica:	Consejo Consultivo de Radio y Televisión
Meta Presupuestaria:	0001 – 0000205 Asesoramiento y apoyo a la gestión
Actividad del POI:	AOI00107200001: Articulación de estudios de investigación cuantitativos y/o cualitativos que contribuyan al desarrollo de la radio y televisión
Sección Funcional:	241
Contribución al PPR:	No corresponde

I. DENOMINACIÓN DE LA CONTRATACIÓN

Contratación de un servicio de estudio de mercado cuantitativo con análisis cualitativo a fin de tener información sobre las opiniones y hábitos de consumo de los niños, niñas y adolescentes, sobre la radio y televisión en el Perú.

II. FINALIDAD DE LA CONTRATACIÓN

La finalidad pública del estudio de mercado sobre el consumo radial y televisivo infantil y adolescente en el Perú, es cumplir con el objetivo de propiciar estudios o investigaciones que sirvan de herramienta para los radiodifusores, los anunciantes, los usuarios y el Estado en la mejora de la calidad y la ética de la radio y televisión peruana. El documento recogerá la percepción de 10,000 niños, niñas y adolescentes, en veintiún ciudades del Perú. Esta información contribuirá a identificar acciones a realizar a favor del cumplimiento de Planes Nacionales en beneficio de las Poblaciones Vulnerables, así como el respeto al Horario Familiar y el Código de Ética, en especial frente al rol de los medios en la prevención y erradicación de la violencia de género y de la discriminación.

III. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN

El objeto de la presente contratación se requiere para recoger las percepciones y valoraciones de los niños, niñas y adolescentes, sobre el uso de la radio y televisión de señal abierta a nivel nacional y de los contenidos difundidos, indagando la forma en que se relacionan, sus demandas, necesidades, críticas y propuestas. Asimismo, se indagará sobre el cumplimiento de las disposiciones recogidas en la Ley de Radio y Televisión, los Códigos de Ética y en las disposiciones establecidas en las Políticas Públicas a favor de los niños, niñas y adolescentes, y las poblaciones vulnerables, así como la prevención y erradicación de la violencia de género y la discriminación.

Estas percepciones deben dar cuenta de los significados que tienen la radio y televisión en su vida cotidiana y debe ser tomada en cuenta al momento de plantear cambios en las políticas públicas de comunicación orientadas a este sector de la población.





IV. ALCANCES Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

- **Tipo de Estudio:**

- Realizar un estudio cuantitativo con análisis cualitativo sobre las actitudes, hábitos, percepciones y valoraciones de los niños, niñas y adolescentes, frente a la radio y televisión de señal abierta a nivel nacional en Perú.

- **Encuestas:**

- Público objetivo: niños, niñas y adolescentes, de 7 a 17 años, de todos los niveles socioeconómicos, de zonas urbanas y/o rurales, residentes de las ciudades: Lima, Callao, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Chiclayo, Chimbote, Cusco, Huancayo, Huánuco, Huaraz, Ica, Iquitos, Piura, Pucallpa, Puno, Tacna, Tarapoto, Madre de Dios, Tumbes y Trujillo.
- Diseño muestral: 10,000 niños, niñas y adolescentes, selección en tres etapas:
 - ✓ Selección aleatoria de segmentos en cada una de las zonas geográficas definidas.
 - ✓ Selección sistemática con arranque aleatorio de las viviendas [y/o centros educativos¹](#) dentro de cada segmento.
 - ✓ Selección aleatoria de la persona encuestada dentro del hogar [y/o centros educativos²](#).
- Margen de error = $\pm 1.28\%$, Lima ($\pm 2.94\%$) y demás ciudades ($\pm 4.72\%$) asumiendo la máxima dispersión en los resultados y una confiabilidad de 95%.

- **Metodología a emplear:**

- Aplicación y codificación de entrevistas semiestructuradas, que considera 40 preguntas estructuradas o cerradas y, 10 preguntas no estructuradas o abiertas. Todas las preguntas deben ser elaboradas en forma conjunta por el equipo de trabajo, detallado en el numeral V de los términos de referencia, y el Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV.
- La aplicación de las entrevistas será con las personas seleccionadas de forma presencial.
- Elaboración de los objetivos específicos y encuestas en coordinación con el Consejo Consultivo de Radio y Televisión - CONCORTV.
- Para el cálculo del nivel socioeconómico se usará las referencias de INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática)
- Elaboración de cuadros estadísticos, gráficos, observaciones, conclusiones y recomendaciones.
- Realizar cuadros comparativos con los estudios realizados por CONCORTV en años anteriores, disponible en la página web de CONCORTV, en el link: www.bit.ly/2KhqSHr.

- **Control de Calidad:**

- Supervisión directa sobre la aplicación de las encuestas en campo será mínimo del 45%. Esta supervisión puede ser presencial y/o telefónica, pero debe adjuntar una prueba fidedigna de su realización.
- Revisión de cuestionarios diligenciados
- Consistencia de datos (rangos, flujos, cruces de variables, etc.)

¹ Según consulta N° 10 del participante KURTE S.R.L.

² Según consulta N° 10 del participante KURTE S.R.L.





- **Procesamiento de datos:**
 - Ponderación de datos por segmento de edades
 - Tabulación de resultados

V. **Equipo de trabajo** – **Personal clave**

El postor deberá contar con el personal clave siguiente:

- **Jefe de Equipo:**

Formación académica

El Jefe de Equipo debe ser como mínimo un profesional titulado en Ciencias de la Comunicación o Marketing.

Experiencia

Debe contar con una experiencia mínima de diez (10) años en investigación de comunicación o investigación de mercados o estudios de audiencia o estudio de medios de comunicación o [estudios cualitativos y/o cuantitativos](#)³.

Actividades

Será el responsable de la elaboración del Plan de Trabajo, la guía de aplicación de la encuestas de acuerdo a lo señalado en el numeral IV de los términos de referencia. Asimismo, tendrá a su cargo la coordinación del estudio de investigación, el diseño del estudio, la conducción del equipo y los reportes y presentaciones.

- **Analista:**

Formación académica

El Analista debe ser como mínimo un profesional titulado en Psicología o Sociología o Antropología o en Ciencias Sociales ([Antropología](#), [Ciencias Políticas](#), [Economía](#), [Finanzas](#), [Relaciones Internacionales](#), [Sociología](#))⁴.

Experiencia

Debe contar con una experiencia mínima de cinco (05) años en investigación de comunicación o investigación de mercados o estudios de audiencia o estudio de medios de comunicación.

Actividades

Será responsable de la asesoría temática para el análisis, conclusiones y recomendaciones, elaborando propuestas que aporten a los Planes Nacionales sobre Poblaciones Vulnerables. Revisará y comentará los instrumentos de indagación.

- **Estadístico:**

Formación académica

El Estadístico debe ser como mínimo un profesional titulado en Estadística, o Ingeniería Estadística o Ingeniería Informática o Economía o [Ingeniería de Sistemas](#)⁵.

³ Según consulta N° 13 del participante INSTITUTO PERUANO DE CATASTRO S.A.

⁴ Según consulta N° 08 del participante CARBAJAL PINO JOSE JESUS y observación N° 15 de OLIVEROS NAVARRO RICHARD DARWIN.

⁵ Según consulta N° 09 del participante CARBAJAL PINO JOSE JESUS





Experiencia

Debe contar con una experiencia mínima de cinco (05) años en investigación de comunicación o investigación de mercados o estudios de audiencia o estudio de medios de comunicación.

Actividades

Será responsable del equipo de ejecución de encuestas, conduciendo el procesamiento y elaboración de cuadros estadísticos requeridos. Además capacitará al personal involucrado y supervisará el trabajo de campo.

• Documentos para la suscripción del contrato:

El ganador de la buena pro presentará con los documentos para la suscripción del contrato lo siguiente:

- Relación del personal clave a cargo del contratista debidamente identificado: nombres y apellidos, DNI, formación académica, experiencia profesional expresada en meses o años.
- Plan de trabajo que deberá contener la relación secuencial de actividades que permitan alcanzar las metas y objetivos trazados, indicando los recursos que serán utilizados. La estructura mínima del Plan de Trabajo a considerar es la siguiente:
 - Objetivos y Metas
 - Alcance del Servicio
 - Público objetivo
 - Alcance geográfico
 - Diseño muestral
 - Metodología a emplear
 - Enfoque Técnico Del Trabajo
 - Componente 1: Planificación Del Trabajo
 - Componente 2: Trabajo De Campo
 - Componente 3: Análisis Y Resultados Del Estudio
 - Metodología De Trabajo
 - Presentación De Resultados
 - Cronograma De Trabajo

VI. ENTREGABLES

Primer entregable

- ✓ Diseño de metodología a emplear, de acuerdo a lo establecido en el presente TDR.
- ✓ Diseño de entrevista que recoja los aspectos propuestos en la guía de indagación, debidamente validados. La encuesta debe incluir 40 preguntas estructuradas o cerradas y 10 preguntas no estructuradas o abiertas.
- ✓ Guía de indagación de los objetivos de la investigación (guía de aplicación de la encuesta por temas, incluyendo los objetivos de cada tema)
- La Guía de Indagación de los objetivos de la investigación debe contener:
 - a) Perfil de la muestra estudiada; sexo, edad, procedencia, nivel de instrucción, etc.
 - b) Tenencia y hábitos de consumo de medios; equipos de computación, radio, tv, multimedia, celular, telefonía, videojuegos.
 - c) Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas
 - d) Hábitos de consumo de medios de comunicación





"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

- e) Control parental de los medios
- f) Programación infantil en radio, televisión abierta, cable, satelital. Que programas ven. Programas locales y nacionales en radio y televisión.
- g) Percepción de géneros televisivos y radiales en adolescentes
- h) Evaluación de los medios de alcance nacional y local.
- i) Grado de satisfacción con los medios: calidad de información, pluralidad, ejercicio ético, veracidad, temas de información, tipos de programas; noticiarios, películas, series, entretenimiento, función: informativa, educativa, entretenido, etc.
- j) Programación familiar: conocimiento y valoración de programas para niños y adolescentes, conocimiento horario de protección familiar, identificación de contenidos violentos, ofensivos, discriminatorios etc.
- k) Percepción de géneros televisivos y radiales: sobre género y equidad en programas de tv, estereotipos de mujeres, jóvenes y personas adultas mayores, discriminación, espacios educativos, etc.
- l) Rol de los medios en la prevención de la violencia de género y en la discriminación étnico racial y por sexo
- m) Análisis de radio y televisión estatal. Evaluación de la programación de TV Perú y Radio Nacional. IPE
- n) Los medios de comunicación en la escuela: Uso de medios, análisis crítico, producción de contenidos

Segundo Entregable:

- ✓ Informe del testeo del cuestionario aprobado en campo y de su aplicación en las zonas de estudio. El testeo tendrá como alcance muestras poblacionales de las ciudades detalladas en el numeral IV, acordes proporcionalmente a las características de los grupos de sexo y edad, de acuerdo al marco oficial del Instituto Nacional de Estadística.

Tercer Entregable:

- ✓ Informe final que contenga la información cuantitativa y cualitativa, realizada a través de entrevistas con análisis de resultados, cuadros estadísticos comparativos y gráficos.

El Informe Final, redactado en formato Word, como mínimo deberá contar con el siguiente esquema:

- a. Perfil de la muestra estudiada
- b. Ficha Técnica
- c. Tenencia, uso y consumo de medios (televisión, radio, internet, celular, etc.)
- d. Hábitos de uso de medios y actividades cotidianas
- e. Contenidos que acceden en las pantallas
- f. Actitudes y comportamientos sobre los medios de comunicación y sus contenidos. Qué opinan
- g. Evaluación de la Programación infantil y adolescente.
 - i. Programas más vistos personal y en familia
 - ii. Percepción del tratamiento de la violencia y la discriminación: Identificación de contenidos violentos, ofensivos, discriminatorios, violencia de género, feminicidio y otros
 - iii. Percepción y valoración de los géneros televisivos y radiales difundidos en el Horario Familiar de 6:00 a 22:00.
 - 1. Percepción de los noticieros
 - 2. Percepción de los programas de entretenimiento
 - 3. Percepción de series y telenovelas
 - 4. Presencia de contenidos inadecuados en la televisión





PERÚ

Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones

Consejo Consultivo
de Radio y Televisión

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

- a. Imagen negativa en la TV de:
 - i. mujeres
 - ii. adultos mayores
 - iii. niñas y niños
 - iv. adolescentes
 - v. indígenas
 - vi. homosexuales
 - vii. afrodescendientes
 - h. Regulación y autorregulación de los medios (conocimiento del horario familiar; conocimiento del procedimiento de queja)
 - i. Análisis de radio y televisión estatal (programación de TV Perú, IPE y Radio Nacional)
 - j. Control parental frente a los medios. Formas de control
 - k. Medios de comunicación en la escuela
 - l. Conclusiones y recomendaciones.
- ✓ Informe de resultados de cada una de las veintiún ciudades y la tendencia con relación al estudio general y conclusiones por zonas (costa, sierra y selva). La información deberá estar desagregada por cada ciudad (tablas y análisis), en archivos independientes, en formato Excel.
 - ✓ Informe de resultados en cuadros de encuestas cruzados por sexo y edad.
 - ✓ Informe que incluirá las frecuencias principales categorizadas en función de cuatro rangos de edad, sexo, zona de intervención, nivel socioeconómico, ocupación, nivel de instrucción y procedencia de la población.
 - ✓ Veintidós infografías de dos caras cada una, (01 a nivel nacional y 01 por cada ciudad encuestada), con los resultados principales.

Cuarto Entregable:

- ✓ Informe de los tres foros públicos virtuales realizados, adjuntando la grabación y fotos de los eventos.

VII. OTRAS CONSIDERACIONES

- Los Entregables serán presentados en la mesa de partes virtual, del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, adjuntando los archivos elaborados en formato Excel.
- Se deberá remitir, vía Mesa de Partes virtual del MTC, el material que muestre las entrevistas formuladas. Dicho material deberá incluir el total de las encuestas realizadas escaneadas, que muestren la fecha y hora de cada una de las entrevistas.
- Las carpetas electrónicas de las encuestas deberán estar zipeadas y organizadas por cada ciudad, ordenadas y foliadas cronológicamente.
- El contratista deberá realizar la presentación de los resultados del estudio en tres (03) foros públicos virtuales. El área usuaria definirá las fechas de realización de los foros al día siguiente de la presentación del tercer entregable y lo comunicará al contratista vía correo electrónico. Las fechas de realización de los 3 foros, será dentro de los veinte (20) días posteriores a la presentación y conformidad del tercer entregable.
- Las presentaciones a realizar en los foros públicos deberán ser elaboradas en formato PPT y PDF, ajustadas a la línea gráfica institucional.





Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones

Consejo Consultivo
de Radio y Televisión

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

- En caso existan observaciones en cada entrega, la entidad tendrá un plazo máximo de siete (07) días calendario para hacer las observaciones que correspondan, y el contratista tendrá un plazo máximo de tres (03) días calendario luego de notificado para subsanar las observaciones. El tiempo de las revisiones y el levantamiento de observaciones no están considerados dentro del período de tiempo asignado a cada etapa del servicio.

VIII. PLAZO DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

El plazo del servicio será de ciento treinta (130) días calendario, contados a partir del día siguiente de la firma del contrato:

- ✓ Primer entregable: hasta los quince (15) días calendario, contados a partir del día siguiente de la firma del contrato.
- ✓ Segundo entregable: hasta los setenta y cinco (75) días calendario, contados a partir del día siguiente de la firma del contrato.
- ✓ Tercer entregable: hasta los ciento diez (110) días calendario, contados a partir del día siguiente de la firma del contrato.
- ✓ Cuarto entregable: hasta los veinte (20) días posteriores a la presentación y conformidad del tercer entregable.

IX. FORMA DE PAGO

La Entidad realizará el pago de la contraprestación pactada a favor del contratista en cuatro (04) armadas, de acuerdo al siguiente detalle:

Pagos	Monto
Primer pago	10% del monto contratado, previa conformidad
Segundo pago	20% del monto contratado, previa conformidad
Tercer pago	30% del monto contratado, previa conformidad
Cuarto pago	40% del monto contratado, previa conformidad

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

- Entregable correspondiente
- Informe de la Secretaría Técnica del Consejo Consultivo de Radio y Televisión emitiendo la conformidad de la prestación efectuada
- Comprobante de pago

Dicha documentación se debe presentar en Mesa de Partes virtual, del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

X. CUMPLIMIENTO DE PROTOCOLOS SANITARIOS

El Proveedor del Servicio se compromete a cumplir con las disposiciones establecidas por las autoridades competentes para la vigilancia, prevención y control de la salud de los trabajadores.

XI. PENALIDADES

Si EL CONTRATISTA incurre en retraso injustificado en la ejecución de las prestaciones objeto del contrato, LA ENTIDAD le aplica automáticamente una penalidad por mora por cada día de atraso, de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{Penalidad Diaria} = \frac{0.10 \times \text{monto vigente}}{F \times \text{plazo vigente en días}}$$





Donde:

F = 0.25 para plazos mayores a sesenta (60) días o;

F = 0.40 para plazos menores o iguales a sesenta (60) días.

El retraso se justifica a través de la solicitud de ampliación de plazo debidamente aprobado. Adicionalmente, se considera justificado el retraso y en consecuencia no se aplica penalidad, cuando EL CONTRATISTA acredite, de modo objetivamente sustentado, que el mayor tiempo transcurrido no le resulta imputable. En este último caso la calificación del retraso como justificado por parte de LA ENTIDAD no da lugar al pago de gastos generales ni costos directos de ningún tipo, conforme el numeral 162.5 del artículo 162 del Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.

Esta penalidad se deduce de los pagos a cuenta o del pago final, según corresponda; o si fuera necesario, se cobra del monto resultante de la ejecución de la garantía de fiel cumplimiento.

Esta penalidad puede alcanzar un monto máximo equivalente al diez por ciento (10%) del monto del contrato vigente, o de ser el caso, del ítem que debió ejecutarse.

Cuando se llegue a cubrir el monto máximo de la penalidad por mora o el monto máximo para otras penalidades, de ser el caso, LA ENTIDAD puede resolver el contrato por incumplimiento.

XII. 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.

XIII. CONFORMIDAD

La conformidad será emitida por la Secretaría Técnica del Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV.

XIV. REQUISITOS DE CALIFICACIÓN

A	CAPACIDAD TÉCNICA Y PROFESIONAL
A.1	CALIFICACIONES DEL PERSONAL CLAVE
A.1.1	FORMACIÓN ACADÉMICA
	<u>Requisitos:</u> (01) Jefe de Equipo: - Título profesional en Ciencias de la Comunicación o Marketing (01) Analista: - Título profesional en Psicología, en Sociología, en Antropología, o en Ciencias Sociales (Antropología, Ciencias Políticas, Economía, Finanzas, Relaciones Internacionales, Sociología) ⁶

⁶ Según consulta N° 08 del participante CARBAJAL PINO JOSE JESUS y observación N° 15 de OLIVEROS NAVARRO RICHARD DARWIN.





	<p>(01) Estadístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título profesional en Estadística, Ingeniería Estadística, Ingeniería Informática, Economía o Ingeniería de Sistemas⁷ <p><u>Acreditación:</u> Los Grados o Títulos Profesionales serán verificados por el órgano encargado de las contrataciones o comité de selección, según corresponda, en el Registro Nacional de Grados Académicos y Títulos Profesionales en el portal web de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - SUNEDU a través del siguiente link: https://enlinea.sunedu.gob.pe/ o en el Registro Nacional de Certificados, Grados y Títulos a cargo del Ministerio de Educación a través del siguiente link : http://www.titulosinstitutos.pe/, según corresponda.</p> <p>En caso los Grados o Títulos Profesionales requeridos no se encuentren inscritos en el referido registro, el postor debe presentar la copia del diploma respectivo a fin de acreditar la formación académica requerida.</p>
A.2	EXPERIENCIA DEL PERSONAL
	<p><u>Requisitos:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Un (01) Jefe de Equipo:</u> Diez años de experiencia mínima en investigación de comunicación o investigación de mercados o estudios de audiencia o estudio de medios de comunicación o estudios cualitativos y/o cuantitativos⁸ • <u>Un (01) Analista:</u> Cinco años de experiencia mínima en investigación de comunicación/o investigación de mercados o estudios de audiencia o estudio de medios de comunicación. • <u>Un (01) Estadístico:</u> Cinco años de experiencia mínima en investigación de comunicación o investigación de mercados o estudios de audiencia o estudio de medios de comunicación. <p>De presentarse experiencia ejecutada paralelamente (traslape) para el cómputo del tiempo de dicha experiencia sólo se considerará una vez el período traslapado.</p> <p><u>Acreditación:</u> La experiencia del personal clave se acreditará con cualquiera de los siguientes documentos: (i) copia simple de contratos y su respectiva conformidad o (ii) constancias o (iii) certificados o (iv) cualquier otra documentación que, de manera fehaciente demuestre la experiencia del personal propuesto.</p>
B.	EXPERIENCIA DEL POSTOR EN LA ESPECIALIDAD
	<p><u>Requisitos:</u></p>

⁷ Según consulta N° 09 del participante CARBAJAL PINO JOSE JESUS

⁸ Según consulta N° 13 del participante INSTITUTO PERUANO DE CATASTRO S.A.





	<p>El postor debe acreditar un monto facturado acumulado equivalente a S/ 500,000.00 (Quinientos mil y 00/100 soles), por la contratación de servicios iguales o similares al objeto de la convocatoria, durante los ocho (08) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas que se computarán desde la fecha de la conformidad o emisión del comprobante de pago, según corresponda.</p> <p>En el caso de postores que declaren en el Anexo N° 1 tener la condición de micro y pequeña empresa, se acredita una experiencia de S/ 70,000.00 (Setenta mil y 00/100 soles), por la venta de servicios iguales o similares al objeto de la convocatoria, durante los ocho (8) años anteriores a la fecha de la presentación de ofertas que se computarán desde la fecha de la conformidad o emisión del comprobante de pago, según corresponda. En el caso de consorcios, todos los integrantes deben contar con la condición de micro y pequeña empresa.</p> <p>Se consideran servicios similares a los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Estudio de mercado• Estudios de audiencia• Estudios cuantitativos y/o cualitativos• Estudios de medios de comunicación• Estudios de percepción• Investigación de Mercado Nacional y/o Internacional⁹ <p><u>Acreditación:</u> La experiencia del postor en la especialidad se acreditará con copia simple de (i) contratos u órdenes de servicios, y su respectiva conformidad o constancia de prestación; o (ii) comprobantes de pago cuya cancelación se acredite documental y fehacientemente, con voucher de depósito, nota de abono, reporte de estado de cuenta, cualquier otro documento emitido por Entidad del sistema financiero que acredite el abono o mediante cancelación en el mismo comprobante de pago¹, correspondientes a un máximo de veinte (20) contrataciones.</p> <p>En caso los postores presenten varios comprobantes de pago para acreditar una sola contratación, se debe acreditar que corresponden a dicha contratación; de lo contrario, se asumirá que los comprobantes acreditan contrataciones independientes, en cuyo caso solo se considerará, para la evaluación, las veinte (20) primeras contrataciones indicadas en el Anexo N° 8 referido a la Experiencia del Postor en la Especialidad</p> <p>En el caso de servicios de ejecución periódica o continuada, solo se considera como experiencia la parte del contrato que haya sido ejecutada durante los ocho (8) años anteriores a la fecha de presentación de ofertas, debiendo adjuntarse copia de las conformidades correspondientes a tal parte o los respectivos comprobantes de pago cancelados.</p> <p>En los casos que se acredite experiencia adquirida en consorcio, debe presentarse la promesa de consorcio o el contrato de consorcio del cual se desprenda fehacientemente el porcentaje de las obligaciones que se asumió en el contrato presentado; de lo contrario, no se computará la experiencia proveniente de dicho contrato.</p> <p>Asimismo, cuando se presenten contratos derivados de procesos de selección convocados antes del 20.09.2012, la calificación se ceñirá al método descrito en la Directiva "Participación de Proveedores en Consorcio en las Contrataciones del Estado", debiendo presumirse que el porcentaje de las obligaciones equivale al porcentaje de participación de la promesa de consorcio o del contrato de consorcio. En caso que en dichos documentos no se consigne el porcentaje de participación se presumirá que las obligaciones se ejecutaron en partes iguales.</p>
--	---

⁹ Según consulta N° 01 del participante PROBRANDS S.A.C.





	<p>Si el titular de la experiencia no es el postor, consignar si dicha experiencia corresponde a la matriz en caso que el postor sea sucursal, o fue transmitida por reorganización societaria, debiendo acompañar la documentación sustentatoria correspondiente.</p> <p>Si el postor acredita experiencia de otra persona jurídica como consecuencia de una reorganización societaria, debe presentar adicionalmente el Anexo N° 9.</p> <p>Cuando en los contratos, órdenes de servicios o comprobantes de pago el monto facturado se encuentre expresado en moneda extranjera, debe indicarse el tipo de cambio venta publicado por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP correspondiente a la fecha de suscripción del contrato, de emisión de la orden de servicios o de cancelación del comprobante de pago, según corresponda.</p> <p>Sin perjuicio de lo anterior, los postores deben llenar y presentar el Anexo N° 8 referido a la Experiencia del Postor en la Especialidad.</p> <p><small>1 Cabe precisar que, de acuerdo con la Resolución N° 0065-2018-TCE-S1 del Tribunal de Contrataciones del Estado: "... el solo sello de cancelado en el comprobante, cuando ha sido colocado por el propio postor, no puede ser considerado como una acreditación que produzca fehaciencia en relación a que se encuentra cancelado. Admitir ello equivaldría a considerar como válida la sola declaración del postor afirmando que el comprobante de pago ha sido cancelado" (...) "Situación diferente se suscita ante el sello colocado por el cliente del postor [sea utilizando el término "cancelado" o "pagado"] supuesto en el cual sí se contaría con la declaración de un tercero que brinde certeza, ante la cual debiera reconocerse la validez de la experiencia"</small></p> <div data-bbox="319 952 1401 1305"> <p>Importante</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Al calificar la experiencia del postor, se debe valorar de manera integral los documentos presentados por el postor para acreditar dicha experiencia. En tal sentido, aun cuando en los documentos presentados la denominación del objeto contractual no coincida literalmente con el previsto en las bases, se deberá validar la experiencia si las actividades que ejecutó el postor corresponden a la experiencia requerida.</i> • <i>En el caso de consorcios, solo se considera la experiencia de aquellos integrantes que se hayan comprometido, según la promesa de consorcio, a ejecutar el objeto materia de la convocatoria, conforme a la Directiva "Participación de Proveedores en Consorcio en las Contrataciones del Estado".</i> </div>
--	--

XV. RESPONSABILIDAD DE VICIOS OCULTOS

La conformidad del servicio por parte del Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV, no enerva su derecho a reclamar posteriormente por defectos o vicios ocultos, conforme a lo dispuesto por el artículo 40° de la Ley de Contrataciones y 173° de su Reglamento.

El proveedor es responsable por la calidad ofrecida y por los vicios ocultos de los servicios ofertados por un plazo de un año contado a partir de la conformidad otorgada por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

XVI. PROPIEDAD INTELECTUAL

Toda información generada en el desarrollo y posterior servicio materia del presente contrato son de propiedad del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y tendrán carácter de confidencial y no podrá ser divulgada o publicada sin previa autorización del mismo.

XVII. CONFIDENCIALIDAD

El proveedor se obliga a mantener y guardar estricta reserva y absoluta confidencialidad de todos los documentos e informaciones de la entidad a los que tenga acceso en ejecución del presente





Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones

Consejo Consultivo
de Radio y Televisión

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

contrato. Se entiende que la obligación asumida por el proveedor está referida no solo a los documentos e informaciones señalados como "confidenciales" sino a todos los documentos e informaciones que en razón del presente contrato o vinculado con la ejecución del mismo, pueda ser conocida por cualquier medio por el proveedor.

XVIII. NORMAS ANTICORRUPCIÓN

El proveedor acepta expresamente que no llevará a cabo, acciones que están prohibidas por las leyes locales u otras leyes anti-corrupción. Sin limitar lo anterior, EL PROVEEDOR se obliga a no efectuar algún pago, ni ofrecerá o transferirá algo de valor, a un funcionario o empleado gubernamental o a cualquier tercero relacionado con el servicio aquí establecido de manera que pudiese violar las leyes locales u otras leyes anti-corrupción, sin restricción alguna.

En forma especial, el proveedor declara con carácter de declaración jurada que no se encuentra inmerso en ningún procedimiento de carácter penal vinculado a presuntos ilícitos penales contra el Estado Peruano, constituyendo su declaración, la firma del mismo en la Orden de Servicio de la que estos términos de referencia forman parte integrante.

XIX. NORMAS ANTISOBORNO

El proveedor, no debe ofrecer, negociar o efectuar, cualquier pago, objeto de valor o cualquier dádiva en general, o cualquier beneficio o incentivo ilegal en relación al contrato, que pueden 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 o a lo establecido en la normativa de contrataciones.

Asimismo, el proveedor 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, participantes, integrantes de los órganos de administración apoderados, representantes legales, funcionarios, asesores y personas vinculadas en virtud a lo establecido en los artículos antes citados de la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento.

Asimismo, el proveedor 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, prácticas, a través de los canales dispuestos por el MTC.

De la misma manera, el proveedor es consciente que de no cumplir con lo anteriormente expuesto, se someterá a la resolución del contrato y a las acciones civiles y/o penales que el MTC pueda accionar.

Lima, 18 de abril de 2023.

MIRIAM LARCO SICHERI
CONSEJO CONSULTIVO DE RADIO Y TELEVISION
MINISTERIO DE TRANSPORTES Y COMUNICACIONES

