



RESOLUCIÓN DE GERENCIA MUNICIPAL N° 072-2012-GM/MM

Miraflores,  
07 JUN. 2012

EL GERENTE MUNICIPAL;

VISTO: el Memorandum N° 199-2012-GPP/MM de fecha 21 de mayo de 2012, por el cual la Gerencia de Planificación y Presupuesto propone la aprobación del proyecto de la directiva denominada "Lineamientos que regulan la publicidad en la Municipalidad de Miraflores"; y

CONSIDERANDO:

Que, conforme lo establece el artículo 59 del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Municipalidad de Miraflores, aprobado por la Ordenanza N° 347/MM, la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional es el órgano de apoyo encargado de las actividades de comunicación, relaciones públicas y asuntos protocolares, así como del fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales;

Que, en ese sentido, de acuerdo a los literales "a" y "o" del artículo 61 del ROF, corresponde a la indicada gerencia formular, proponer, desarrollar e implementar políticas y estrategias de la comunicación, a nivel interno y externo, que consoliden la imagen institucional de la municipalidad, y supervisar su cumplimiento; así como proponer, coordinar e implementar mejoras en los procesos y procedimientos de su competencia;

Que, mediante Memorandum N° 77-2012-GCII/MM de fecha 19 de abril de 2012, la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional presenta el proyecto de directiva para regular la publicidad institucional de la Municipalidad de Miraflores;

Que, con fecha 16 de mayo de 2012, la Subgerencia de Racionalización y Estadística emite el Informe Técnico N° 033-2012-SGRE-GPP/MM, opinando favorablemente por la aprobación del proyecto de la directiva denominada "Lineamientos que regulan la publicidad en la Municipalidad de Miraflores";

Que, mediante Memorandum N° 199-2012-GPP/MM del 21 de mayo de 2012, la Gerencia de Planificación y Presupuesto da conformidad al informe técnico antes citado y remite para su aprobación el proyecto de directiva mencionado en el considerando precedente; emitiendo opinión favorable y precisando que ésta tiene como objetivo reglamentar los criterios y procedimientos para el uso adecuado de los recursos que destinará la Municipalidad de Miraflores en el rubro de publicidad institucional, a través de los medios de prensa escrita, radial o televisa;

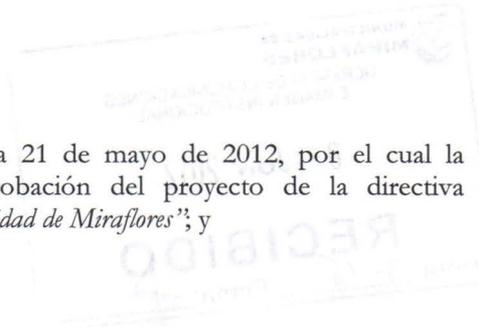
Que, mediante Informe Legal N° 248-2012-GAJ/MM de fecha 31 de mayo de 2012, la Gerencia de Asesoría Jurídica emite opinión favorable respecto del proyecto de directiva antes mencionado;

Que, de conformidad con lo establecido en el literal "g" del artículo 16 del ROF de la Municipalidad de Miraflores, compete a la Gerencia Municipal aprobar las directivas propuestas por las unidades orgánicas con los informes técnicos y legales correspondientes;

Estando a lo expuesto, y en uso de las facultades otorgadas en el Reglamento de Organización y Funciones de la Municipalidad de Miraflores;

RESUELVE:

**ARTÍCULO PRIMERO.-** Aprobar la Directiva N° 007-2012-GM/MM, denominada "Lineamientos que regulan la publicidad en la Municipalidad de Miraflores", que en anexo forma parte integrante de la presente resolución.





MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES  
GERENCIA MUNICIPAL

**ARTÍCULO SEGUNDO.-** Encargar el cumplimiento de la presenta resolución, y de la directiva aprobada por ésta, a la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional.

**ARTÍCULO TERCERO.-** Disponer la publicación de la presente resolución y su anexo en el portal institucional de la Municipalidad de Miraflores.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.**



MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES

.....  
**SERGIO MEZA SALAZAR**  
Gerente Municipal





DIRECTIVA N° 007-2012-GM/MM

**LINEAMIENTOS QUE REGULAN LA PUBLICIDAD  
EN LA MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES.**

**1. OBJETO:**

La presente directiva tiene por objeto reglamentar los criterios y procedimientos para el uso adecuado de los recursos que destinará la Municipalidad de Miraflores en el rubro de publicidad institucional, a través de los medios de prensa escrita, radial o televisiva.

**2. FINALIDAD:**

Determinar los lineamientos para lograr la eficiente contratación de los medios de comunicación para realizar la publicidad de la Municipalidad de Miraflores, dando estricto cumplimiento a la Ley N° 28874, que regula la Publicidad Estatal, y en el marco de la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos.

**ALCANCE:**

La presente directiva comprende a todas las unidades orgánicas de la Municipalidad de Miraflores.

**4. BASE LEGAL:**

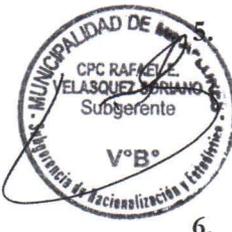
- Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades.
- Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Ley N° 28874 - Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Decreto Legislativo N° 1044 - Ley de Represión de la Competencia Desleal.

**VIGENCIA:**

La presente directiva entrará en vigencia a partir del día siguiente de su aprobación, mediante Resolución de Gerencia Municipal.

**6. RESPONSABILIDAD:**

La Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional es la encargada de supervisar el cumplimiento de la presente directiva, así como de dictar las normas complementarias para la correcta aplicación de la misma, en concordancia con la normativa vigente sobre la materia.





## 7. ÁMBITO DE APLICACIÓN:

- 7.1 La presente directiva se aplicará estrictamente a los gastos de publicidad institucional y/o comercial de la Municipalidad de Miraflores.
- 7.2 No se aplicará sobre las notas de prensa, los avisos sobre procedimientos a convocarse en el marco de la Ley de Contrataciones del Estado y la publicación de normas que en cumplimiento de sus funciones realice la Municipalidad de Miraflores.

## 8. DEFINICIONES:

Para efectos de la presente directiva, se entenderá por:



- 8.1 **Publicidad:** es toda forma de comunicación difundida a través de cualquier medio o soporte, objetivamente apta o dirigida a promover, directa o indirectamente, la imagen, marcas, productos o servicios la Municipalidad de Miraflores en el ejercicio de su actividad.
- 8.2 **Publicidad Institucional:** es aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social (tales como: ahorro de energía, preservación del medio ambiente, pago de impuestos, entre otras), así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de la Municipalidad de Miraflores y sus unidades orgánicas.
- 8.3 **Publicidad Comercial:** es aquella que tiene por finalidad publicitar los bienes y servicios que brinda la Municipalidad de Miraflores a cambio del pago de un derecho establecido en el Texto Único de Procedimientos Administrativos (TUPA) o en el tarifario del Texto Único de Servicios No Exclusivos (TUSNE), vigentes.



## ORIENTACIÓN DE LA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL:

La publicidad institucional deberá estar orientada preferentemente a:

- a. Dar a conocer los diversos servicios que brinda la Municipalidad de Miraflores.
- b. Incidir en el aumento del consumo de los bienes o servicios respectivos, de acuerdo a los objetivos institucionales, en concordancia con lo dispuesto en la Ley N° 27972, el Plan Operativo Institucional y el Presupuesto Institucional aprobado.
- c. Promover una cultura preventiva en la comunidad de Miraflores, respecto a asuntos relacionados a su seguridad pública, salubridad pública, recursos naturales, entre otros.
- d. Comunicar las acciones adoptadas en materia de salud, preservación del medio ambiente, uso eficiente de los recursos naturales y seguridad de la población del distrito, entre otros.
- e. Informar sobre la ejecución de planes y programas de la municipalidad, así como la promoción de la educación y la cultura en todas sus expresiones y de los valores cívicos, entre otros.
- f. Promover la participación ciudadana y la difusión de las normas municipales.



## 10. ESTRATEGIAS:

- 10.1 La publicidad será difundida de acuerdo a los requerimientos y necesidades de la municipalidad, basándose en la programación anual de actividades. Para lograr el objetivo principal deberán utilizarse los medios publicitarios disponibles en el mercado (radio, televisión de señal abierta o cerrada, diarios y revistas).



MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES

10.2 Para determinar los medios a contratar, se deberán tomar en cuenta las siguientes variables:

- Rating y cobertura para el caso de la televisión y radio.
- Tiraje, distribución, ubicación y cantidad de lectores para el caso de los medios escritos.
- Afinidad con el mensaje y público objetivo.

**11. PROCEDIMIENTO PARA LAS AUTORIZACIONES DE PUBLICIDAD:**

El procedimiento para autorizar la publicidad es el siguiente:

- a. La Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional envía el requerimiento a la Subgerencia de Presupuesto.
- b. La Subgerencia de Presupuesto evalúa la disponibilidad presupuestal y emite la certificación presupuestal. Luego de ello deriva la documentación a la Subgerencia de Logística y Control Patrimonial.
- c. La Subgerencia de Logística y Control Patrimonial cotiza el requerimiento de publicidad y lo deriva a la Gerencia de Administración y Finanzas.
- d. La Gerencia de Administración y Finanzas analiza la conveniencia de la publicación de lo solicitado.
- e. De ser aprobado, el documento es derivado a la Subgerencia de Logística y Control Patrimonial para la elaboración de la Orden de Servicio respectiva.
- f. La Gerencia de Administración y Finanzas deberá enviar a la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional copia del contrato de publicidad suscrito.



**12. DE LAS PROHIBICIONES:**

- 12.1 Por austeridad las publicaciones no deben superar los cuatro (04) avisos mensuales.
- 12.2 Queda suspendida toda publicidad por televisión debido a su alto costo.
- 12.3 Ningún funcionario de la entidad, cuya unidad orgánica realice una determinada campaña publicitaria, podrá aparecer en las inserciones que se contraten en los medios impresos, radiales y televisivos que se difundan.
- 12.4 La Gerencia de Administración y Finanzas a través de la Subgerencia de Logística y Control Patrimonial, buscará no privilegiar a una sola empresa al momento de adquirir los servicios de empresas privadas de publicidad o medio de comunicación social. De darse esta situación deberá sustentarse apropiadamente considerando las tarifas, el prestigio, la cartera y eficacia de los medios o las empresas a contratarse.



**13. DE LA INFORMACIÓN Y LA TRANSPARENCIA:**

- 13.1 Dentro de los cinco (05) días calendario siguientes al vencimiento de cada trimestre, la Subgerencia de Logística y Control Patrimonial llenará la información correspondiente al "Reporte de Información de Contratos y Evaluación de Resultados de Publicidad" (Anexo 1), y lo remitirá a las unidades orgánicas involucradas en forma escrita, debidamente visado, adjuntando copia de los contratos y/o órdenes de servicio correspondientes.



13.2 Las unidades orgánicas registrarán en el campo denominado Evaluación del resultado de publicidad, el resultado del impacto publicitario vía indicadores de desempeño (indicador, unidad de medida, cantidad prevista, ejecutada y resultado).

13.3 Dentro de los diez (10) días calendario siguientes al vencimiento de cada mes, la Subgerencia de Logística y Control Patrimonial remitirá a la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional, para su publicación en el Portal Institucional, la información referida a los programas o campañas de publicidad que han llevado a cabo en el período correspondiente, definiendo los medios de prensa escrita, radial o televisiva propuestos para difundir las campañas y los criterios que orientaron la propuesta.



13.4 Dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento de cada trimestre, la Subgerencia de Logística y Control Patrimonial elevará a la Gerencia de Administración y Finanzas una copia del "Reporte de Información de Contratos y Evaluación de Resultados de Publicidad" para que sea remitido al Órgano de Control Institucional.

#### 14. CONTRATACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

La Municipalidad de Miraflores sólo dará preferencia a los medios oficiales respecto de los medios de comunicación privados, si éstos acreditan debidamente sus condiciones de servicio, calidad, costo de mercado y cobertura.



#### 15. REGISTRO Y CUSTODIA DE LA INFORMACIÓN QUE SUSTENTA LA PUBLICIDAD:

La Subgerencia de Logística y Control Patrimonial es responsable del registro y custodia de la información que sustenta la contratación de los servicios de publicidad ejecutados por la Municipalidad de Miraflores, estando obligada a asegurar que la documentación exigida para su aprobación y la que, de acuerdo a la modalidad de contratación requiera la Ley de Contrataciones del Estado y su reglamento, obre en el expediente respectivo de cada proceso de selección.



#### 16. DEL PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD:

Los recursos presupuestarios asignados para la ejecución de la publicidad de la Municipalidad de Miraflores deberán estar previstos en el Presupuesto del ejercicio correspondiente. De no estarlo deberán incluirse antes de la contratación del servicio.

#### 17. ANEXOS Y FORMATOS:

Los siguientes documentos forman parte integrante de la presente directiva:

- a) Anexo 1 - "Reporte de Información de Contratos y Evaluación de Resultados de Publicidad".



#### DISPOSICIONES FINALES:

18.1. La Gerencia Municipal emitirá, de ser el caso, las disposiciones complementarias que sean necesarias para la mejor aplicación de la presente Directiva dentro del marco general de disciplina, racionalidad y austeridad en el gasto dispuesto por el Gobierno Central.

18.2 Las excepciones a las normas de la presente directiva serán autorizadas por la Gerencia Municipal, de acuerdo a las necesidades reales de la Municipalidad de Miraflores, previo informe técnico de la unidad orgánica solicitante.



MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES

- 18.3 Los funcionarios que incumplan o contravengan las disposiciones de la Ley N° 28874 y/o de la presente directiva, serán pasibles de las acciones y sanciones que recomienden los Órganos del Sistema Nacional de Control, incluyendo las disposiciones referentes a la Carrera Pública, del Procedimiento Administrativo General y demás que resulten pertinentes.
- 18.4 La presente directiva deja sin efecto toda aquella normatividad de carácter interno que contravenga lo dispuesto en la misma.
- 18.5 Para todo lo no previsto en la presente directiva, será aplicable la normatividad vigente sobre la materia.





MUNICIPALIDAD DE MIRAFLORES



REPORTE DE INFORMACIÓN DE CONTRATOS Y EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LA PUBLICIDAD

TRIMESTRE: [ ]

PERIODO: DE [ ] A [ ]

ITEM	FECHA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
											EVALUACIÓN DEL RESULTADO DE LA PUBLICIDAD (***)			
		UNIDAD ORGANICA	MONTO ASIGNACIÓN PRESUPUESTAL	MONTO EJECUTADO	ORDEN DE SERVICIO Y/O CONTRATO	MOTIVO DE LA PUBLICIDAD	EMPRESA CONTRATADA	MEDIO DE PUBLICIDAD (*)	MODALIDAD DE SELECCIÓN (**)	RAZÓN POR LA QUE SE CONTRATÓ	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD PREVISTA	CANTIDAD EJECUTADA

(\*) **MEDIO DE PUBLICIDAD**

- 1.- Prensa escrita
- 2.- Radial
- 3.- Televisiva

(\*\*) **MODALIDAD DE SELECCIÓN**

- 1. Adjudicación de Menor Cuantía (AMC)
- 2. Adjudicación Directa Selectiva (ADS)
- 3. Adjudicación Directa Pública (ADP)
- 4. Concurso Público (CP)
- 5. Licitación Pública (LP)

(\*\*\*) **LLENADO POR LAS U.O QUE SOLICITARON PUBLICIDAD**

INDICADOR: Es la unidad de medida de desempeño representativa y debe estar definida en base a la información disponible (N° de documento, N° de acciones)  
 UNIDAD DE MEDIDA: Es la magnitud que va permitir medir la actividad, en procura del logro del objetivo propuesto (documentos, acción)  
 CANTIDAD PREVISTA: Es la cuantificación de un objetivo, esta referida a la cantidad formulada o prevista inicialmente para la actividad durante el periodo  
 CANTIDAD EJECUTADA: Es el resultado obtenido en la ejecución o cumplimiento de la actividad

**INFORMACION A LLENAR**

- Subgerencia de Logística y Servicios Generales (columnas 1 AL 9)
- Unidades Orgánicas (columna 10)
- Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional: Revisa todas las columnas

Sello y firma GAF

Sello y firma SGLCP

Sello y firma GCII