

JUSTIFICACION SOBRE LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA.

La presente justificación técnica tiene como objetivo exponer las diferentes circunstancias que vuelven necesaria la contratación de **servicios de publicidad en medios de Comunicación, para la Presidencia de la República** con determinados medios de comunicación del país, tales como televisión abierta, televisión del interior, cable, radio nacional, radio local y prensa.

La configuración incluyente de todos los sectores que debe revestir el mensaje oficial del Órgano Ejecutivo en su interacción con los distintos actores políticos, sociales y económicos, vuelve necesario que los proveedores de los servicios de publicidad a contratar, tengan la suficiente capacidad técnica, traducida no solo en amplia cobertura en el espectro televisivo y radial, al igual que una alta circulación y credibilidad informativa a nivel geográfico; sino también, que tengan la capacidad de adaptar los servicios que brindan, regularmente enmarcados en la actividad publicitaria comercial, a una finalidad de interés social general y de gran complejidad; la cual proviene también de la necesidad de estructurar el mensaje oficial en el presente contexto socio político actual, teniendo en cuenta la necesidad de establecer políticas preventivas a sucesos relacionados a la seguridad a nivel nacional, tomando en cuenta el impacto que genera en la realidad de la población salvadoreña la información proveniente del órgano ejecutivo, principalmente en las perspectivas a futuro, siendo necesario comunicarlas de manera objetiva; reconociendo la importancia de que la transmisión de dicho mensaje sea de la manera más efectiva, utilizando los canales apropiados para que lo que se quiere comunicar llegue lo más claro y de una manera veraz y oportuna .

Las razones para contratar estos servicios se basan no solamente en el hecho de ser los referidos medios de comunicación más convenientes para informar en su mayoría a la población salvadoreña, en cuanto al hecho de ser estos los que cuentan con la mayor circulación a nivel nacional, cobertura, penetración y también con los niveles de rating suficientes que permiten el acceso a la información para toda la población y la difusión del mensaje oficial; sino que también, permiten que este llegue a los confines de El Salvador ya que por ser medios también locales cuentan con un rating asegurado, por los gustos establecidos que existen en cada localidad, contando con un amplio espectro el cual se puede medir de acuerdo a la frecuencia asignada para cada medio; permitiendo que la cobertura se amplíe en todo el territorio. Por tal razón es necesario contar con cada uno de los medios recomendados los cuales llegan mediante los servicios de publicidad a contratar.

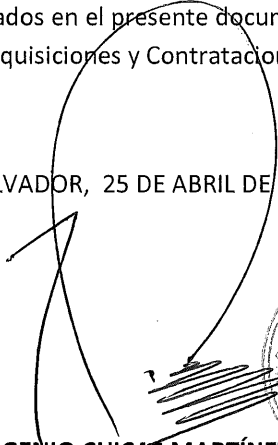
En este contexto, cabe señalar que los servicios de publicidad solicitados son una herramienta importante para una de las facetas de la actividad del Estado (para el presente caso en particular por medio del Órgano Ejecutivo) en la medida que dichos servicios, a través de los medios cuyo perfil se ha relacionado en los párrafos anteriores, constituyen las principales fuentes de información y comunicación de las distintas gestiones que el Órgano Ejecutivo realiza como principal ejecutor y administrador de la gestión pública, por medio de sus Secretarías de Estado y de las Secretarías de la Presidencia, así como también por medio de instituciones autónomas, entre otras, las cuales día a día tienen la oportunidad de interactuar con distintos sectores sociales, económicos, académicos, etc., y tomar decisiones en bienestar de la población, en cumplimiento al marco legal vigente y en sintonía a los objetivos y directrices que se establezcan por medio de políticas públicas y planes de acción

enfocados en el desarrollo y bienestar general, cuyo origen se centra principalmente en la Presidencia de la República.

Bajo las circunstancias antes relacionadas, personal técnico de la SECOP, tomando en cuenta criterios de igualdad, participación, y transparencia, y con base a los datos de cobertura con que se cuentan, concluyó que son los medios de comunicación que a continuación se enuncian, con los que se debieran contratar dichos servicios de publicidad: CANAL DOS, S.A. DE C.V.; YSU TV CANAL 4, S.A. DE C.V.; CARMEN CECILIA RIOS DE AYALA (CANAL 5 MORAZÁN); CANAL 6, S.A. DE C.V.; ASOCIACIÓN AGAPE DE EL SALVADOR (CANAL 8); CANAL 12 DE TELEVISIÓN, S.A. DE C.V.; A & L CORPORATION, S.A. DE C.V. (CANAL 16); INVERSIONES DE DESARROLLO INDUSTRIAL Y AGRÍCOLA, S.A. DE C.V. (CANAL 19 Y 21); SERVICABLE, S.A. DE C.V. (WOW TV CANAL 24); JILSON ALEXANDER RODRÍGUEZ GARAY (RADIO EL CAMINO y CANAL 25); TECNOVISION, S.A. DE C.V. (CANAL 33); GRUPO CORPORATIVO RAMTORR, S.A. DE C.V. (CANAL 62 y 95); HERMINIO RODRÍGUEZ VÁSQUEZ (CANAL 77); ENTERPRISE SOLUTIONS MARKETING STRATEGIC, S.A. DE C.V. (CANAL REAL 98); FRANCISCO ALEXANDER MELARA SÁNCHEZ (CANAL 95 SHULTON TV y CANAL 99); JUAN ARMANDO REYES ALVARENGA (CANAL 99 MORAZÁN); TELEMAS, S.A. DE C.V.; TELEMÓVIL EL SALVADOR, S.A. DE C.V.; DISTRIBUIDORA LOBOS, S.A. DE C.V. (CANAL +TV); ROYAL DELUXE, S.A. DE C.V. (TVC NETWORK); ASOCIACIÓN DE RADIOS Y PROGRAMAS PARTICIPATIVOS DE EL SALVADOR; RADIODIFUSORA ASOCIADAS, S.A. DE C.V.; Y.S.L.R. LA ROMANTICA, S.A. DE C.V.; YSLN LA MONUMENTAL, S.A. DE C.V.; RADIO CADENA YSKL, S.A. DE C.V.; STEREO MI PREFERIDA, S.A. DE C.V. (VOX FM); CIRCUITO YSR, S.A. DE C.V.; EDITORIAL ALTAMIRANO MADRIZ, S.A. DE C.V. (EL DIARIO DE HOY); SOCIEDAD COOPERATIVA DE EMPLEADOS DE EL DIARIO LATINO DE R.L. (DIARIO COLATINO); y DUTRIZ HERMANOS, S.A. DE C.V. (LA PRENSA GRÁFICA).

Por lo antes mencionado, y tomando en cuenta que en el proceso de contratación de los servicios de publicidad se contaría con la participación de varios medios, en el cual en todo momento prevalecerán los principios de transparencia e igualdad; se solicita que se inicie con el proceso de adquisición del suministro de **servicios de publicidad en medios de comunicación televisivos, radiales y escritos para la Presidencia de la República**, con los medios de comunicación que se han detallado anteriormente, en el presente documento, bajo la modalidad de Contratación Directa, por ajustarse las condiciones, necesidades, propósitos y objetivos institucionales de la Secretaría de Comunicaciones de la Presidencia de la República, mencionados en el presente documento, a los supuestos establecidos en el artículo 72, literal "c)" de la Ley de Adquisiciones y Contrataciones de la Administración Pública.

SAN SALVADOR, 25 DE ABRIL DE 2016.-


EUGENIO CHICAS MARTÍNEZ
SECRETARIO DE COMUNICACIONES
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

