

**ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO
REGIONAL LA LIBERTAD**

INFORME DE ACCIÓN DE OFICIO POSTERIOR
N° 039-2026-2-5342-AOP

**ACCIÓN DE OFICIO POSTERIOR
GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD
TRUJILLO, TRUJILLO, LA LIBERTAD**

**“SERVICIO DE PUBLICIDAD DIGITAL EN REDES
SOCIALES DEL GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD,
AÑO 2025”**

**PERÍODO DE EVALUACIÓN:
DEL 17 DE JULIO AL 29 DE OCTUBRE DE 2025**

TRUJILLO, 3 DE JULIO DE 2026

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año de la Esperanza y el Fortalecimiento de la Democracia”

INFORME DE ACCIÓN DE OFICIO POSTERIOR
N° 039-2026-2-5342-AOP

**“SERVICIO DE PUBLICIDAD DIGITAL EN REDES SOCIALES DEL GOBIERNO
REGIONAL LA LIBERTAD, AÑO 2025”**

ÍNDICE

	N° Pág.
I. ORIGEN	1
II. OBJETIVO	1
III. HECHOS CON INDICIOS DE IRREGULARIDAD	
- La interacción con el mercado efectuado por la entidad para la contratación de servicios de publicidad digital en redes sociales correspondiente al año 2025 presenta inconsistencias en su desarrollo, asimismo la dependencia encargada de las contrataciones no empleó las fuentes de información previstas en el reglamento de la Ley General de Contrataciones Públicas; generando una deficiente determinación de la cuantía de la contratación.	1
- La entidad realizó publicidad estatal durante el periodo electoral vigente sin adecuarse a las condiciones establecidas para su difusión, situación que podría afectar el deber de neutralidad, así como la imposición de sanciones y/o multas	7
IV. DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN QUE SUSTENTA LA ACCIÓN DE OFICIO POSTERIOR	12
V. CONCLUSIÓN	12
VI. RECOMENDACIÓN	13
APÉNDICE	

INFORME DE ACCIÓN DE OFICIO POSTERIOR **N° 039-2026-2-5342-AOP**

“SERVICIO DE PUBLICIDAD DIGITAL EN REDES SOCIALES DEL GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD, AÑO 2025”

I. ORIGEN

La Acción de Oficio Posterior al Gobierno Regional de La Libertad, en adelante “entidad”, corresponde a un servicio de control posterior no programado en el Plan Operativo 2026, del Órgano de Control Institucional del Gobierno Regional La Libertad, registrado en el Sistema de Control Gubernamental - SCG con la orden de servicio n.° 2-5342-2026-008 en el marco de lo previsto en la Directiva n.° 007-2023CG/VCIC “Acción de Oficio Posterior”, aprobada mediante Resolución de Contraloría n.° 253-2023CG de 27 de junio de 2023.

II. OBJETIVO

El Informe de Acción de Oficio Posterior se emite con el objetivo de hacer de conocimiento del Titular de la Entidad, la existencia de hechos con indicio de irregularidad; con el propósito de que adopte las acciones inmediatas que correspondan en el ámbito de sus competencias.

III. HECHOS CON INDICIO DE IRREGULARIDAD

Como resultado de la evaluación a los hechos reportados, se ha identificado la existencia de irregularidades que ameritan que el Titular de la entidad adopte acciones, los mismos que se describen a continuación:

1. LA INTERACCIÓN CON EL MERCADO EFECTUADO POR LA ENTIDAD PARA LA CONTRATACION DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD DIGITAL EN REDES SOCIALES CORRESPONDIENTE AL AÑO 2025 PRESENTA INCONSISTENCIAS EN SU DESARROLLO, ASIMISMO LA DEPENDENCIA ENCARGADA DE LAS CONTRATACIONES NO EMPLEÓ LAS FUENTES DE INFORMACIÓN PREVISTAS EN EL REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE CONTRATACIONES PÚBLICAS; GENERANDO UNA DEFICIENTE DETERMINACIÓN DE LA CUANTÍA DE LA CONTRATACIÓN.

De la revisión realizada al documento de interacción con el mercado n.° 064-2025-GRLL-GRA/SGLSG de julio 2025¹, se advierte en los antecedentes del mencionado documento lo siguiente:

*“2.6 Mediante INFORME N° 000109-2025-GRLL-GGR-GRA-SGLSG, la Sub Gerencia de Logística determino que el SERVICIO DE PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DIGITALES EN REDES SOCIALES PARA VISIBILIZAR LA GESTIÓN REGIONAL, de acuerdo a la segmentación se encuentra programado en el PAC 2025, y **se encuentra clasificado como CONSULTA AL MERCADO AVANZADA**², por lo que mediante HOJA DE ENVIO N° 000187-2025/GGR-GRA-SGLSG-LVY de fecha 02/06/2025, se solicita la difusión del requerimiento”. (El resaltado y subrayado es nuestro).*

¹ Documento suscrito el 17 y 18 de julio de 2025 por la Subgerente de Logística y Servicios Generales del Gobierno Regional La Libertad.

² De acuerdo a lo establecido en el artículo 127° Interacción con el mercado para bienes y servicios. La consulta al mercado avanzada es para requerimientos estratégicos.

No obstante, en la determinación de la cuantía de la contratación del mismo documento, se señala lo siguiente:

“4.1 INDAGACION AVANZADA – FUENTE DE INFORMACION

*De acorde a la segmentación realizada para la presente contratación, se ha clasificado en la categoría de **OPERACIONAL**, por ser una contratación de baja cuantía y alto riesgo, por lo cual, se debe realizar la **INDAGACION AVANZADA** como parte de la **INTERACCION CON EL MERCADO**”.*

En merito a la determinación del tipo de interacción con el mercado denominado “Indagación avanzada”, la Entidad utilizó la Información histórica de la Entidad contratante correspondiente a los años 2023 y 2024; así como, la solicitud de información a los proveedores (Cotizaciones); obteniendo de ello la cuantía de la contratación por un monto ascendente a S/ 428,042.64 (Cuatrocientos veintiocho mil cuarenta y dos con 64/100 soles).

Es importante recalcar que, la Subgerencia de Logística y Servicios Generales mediante informe n.º 000109-2025-GRLL-GGR-GRA-SGLSG de 20 de mayo de 2025, con asunto segmentación de contrataciones programadas que determinan la clasificación de contrataciones y cronograma de presentación de requerimientos clasificó el servicio de publicidad en redes sociales como una segmentación “Estratégica” debido a que posee una cuantía y riesgo alto; asimismo, estableció como tipo de interacción con el mercado la “Consulta al mercado avanzada”, conforme se aprecia en la siguiente imagen:

Imágenes n.º 1 y n.º 2
Segmentación de contratación del servicio de publicidad en redes sociales según
el Informe n.º 000109-2025-GRLL-GGR-GRA-SGLSG

Nº Ref. del PAC	Descripción de los bienes y servicios	Objeto	Tipo de procedimiento	Cuantía (Soles)	Supera el 10% del monto total	Tipo de cuantía	Condición			Nivel de riesgo
							i)	ii)	iii)	
	Seguridad Ciudadana									
92	Servicio de publicidad en redes sociales	Servicios	Concurso Público de Servicios	969,922.40	SI	ALTA CUANTIA	NO	NO	SI	ALTO RIESGO
MONTO TOTAL PARA LAS CONTRATACIONES DE BIENES Y SERVICIOS				3'733,851.80	100%	Para ser considerado ALTO RIESGO, basta que se cumple alguna de las 03 condiciones.				
10% DEL MONTO TOTAL PARA LAS CONTRATACIONES DE BIENES Y SERVICIOS CONTEMPLADAS EN EL PAC (art. 125.2 del Reglamento)				373,385.18	10%					

Nº Ref. del PAC	Descripción de los bienes y servicios	Objeto	Tipo de procedimiento	Cuantía	Tipo de Cuantía	Tipo de Riesgo	Categoría de la contratación	Tipo de Interacción con el mercado
	Seguridad Ciudadana							
92	Servicio de publicidad en redes sociales	Servicios	Concurso Público de Servicios	969,922.40	Alta Cuantía	Alto Riesgo	Estratégico	CONSULTA AL MERCADO AVANZADA

Fuente: Informe n.º 000109-2025-GRLL-GGR-GRA-SGLSG de 20 de mayo de 2025.

Elaborado por: OCI del Gobierno Regional La Libertad.

Al respecto, de acuerdo a lo estipulado en el numeral 127.1 del artículo 127° del Reglamento de la Ley 32069. Ley General de Contrataciones Publicas³, (en adelante Reglamento), establece que:

“La DEC, empleando como base la segmentación de contrataciones, utiliza los siguientes niveles de acuerdo con los tipos de interacción con el mercado

(...)

d) Consulta al mercado avanzada: para requerimientos estratégicos”

³ Aprobado mediante Decreto Supremo N° 009-2025- EF, publicado en el diario El Peruano el 22 de enero de 2025.

De lo señalado en el párrafo anterior, se evidencia que para la segmentación estratégica le corresponde realizar el tipo de interacción de mercado denominado “Consulta al mercado avanzada” conforme a lo establecido en la normativa.

En ese sentido, las herramientas utilizadas en el tipo de interacción con el mercado “Consulta al mercado avanzada” son las escritas y/o reuniones, debiendo utilizar como mínimo dos o más herramientas de la misma o distinta clasificación, de acuerdo a lo establecido en el artículo 49° del Reglamento.

Asimismo, el artículo 50° Herramientas de las consultas al mercado del Reglamento establece lo siguiente:

“50.1. Las herramientas de las consultas al mercado tienen la siguiente clasificación:

a) Escrita: se utiliza para obtener retroalimentación de varios proveedores, como la difusión del requerimiento conforme a lo dispuesto en el artículo 51 o solicitudes de información a los proveedores, entre otros.

b) Reuniones:

b.1 Uno a muchos: se utiliza para comunicar aspectos clave de la contratación a varios proveedores o a la industria, como reuniones informativas, talleres con la industria o eventos de exposición de proveedores o de proyectos de la entidad contratante, entre otros. Esta herramienta puede emplearse para atender varios requerimientos.

b.2 Uno a uno: se utiliza para obtener información detallada de una manera directa con el proveedor a través de reuniones individuales.

50.2. De manera complementaria a las herramientas señaladas, la DEC puede realizar una indagación de conformidad con el artículo 48”.

Por lo tanto, el documento de interacción con el mercado n.° 064-2025-GRLL-GRA/SGLSG presenta una incongruencia en la segmentación de la contratación del servicio de planificación y ejecución de campañas digitales en redes sociales para visibilizar la gestión regional (En adelante contratación del servicio de publicidad digital en redes sociales). En la sección de antecedentes indica que corresponde a una segmentación estratégica; sin embargo, en la sección de determinación de la cuantía de la contratación señala que corresponde a una segmentación operacional, contraviniendo lo determinado inicialmente en el Informe n.° 000109-2025-GRLL-GGR-GRA-SGLSG de 20 de mayo de 2025.

En lo concerniente, al informe n.° 000032-2026-GRLL-GGR-GRA-SGLSG de 27 de abril de 2026⁴, la Subgerenta de Logística y Servicios Generales concluye que la segmentación empleada para la contratación del servicio de publicidad en redes sociales fue la operacional, correspondiéndole el tipo de interacción con el mercado denominado “Indagación avanzada”.

Cabe precisar que, en el documento de Interacción con el mercado n.° 064-2025-GRLL-GRA/SGLS, elaborado para determinar la cuantía de la contratación del servicio de publicidad en redes sociales, recurrió a la búsqueda de información histórica de la Entidad contratante correspondiente a los años 2023 y 2024, sin obtener resultados.

Asimismo, como segunda fuente, utilizó la solicitud de información a proveedores, mediante el cual la empresa TRIO PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL S.A.C. remitió su cotización, cuyo monto fue empleado como referencia para el Concurso Público Abreviado n.° 002-2025-GRLL-GRA, Primera Convocatoria, destinado a la contratación del citado servicio.

⁴ Información solicitada mediante oficios n.° 000310 y 000343-2026-CG/OC5342 de 6 y 14 de abril de 2026 respectivamente.

En relación a ello, el artículo 48° del Reglamento, establece lo siguiente:

“Artículo 48. Indagación

48.1. La indagación se basa en el análisis de datos e investigación de condiciones competitivas del mercado con relación al requerimiento, a fin de que dicha información sea considerada en la estrategia de contratación.

48.2. Para la indagación se pueden emplear las siguientes fuentes de información: i) información histórica de la entidad contratante, que incluye procedimientos de selección y contratos suscritos previamente de igual o similar objeto; ii) información de procedimientos de selección y contratos suscritos por otras entidades contratantes, obtenidas de la Pladico; y, iii) otras que se estimen pertinentes según la estrategia de contratación. Las fuentes de información referidas, de forma preferente corresponden a los tres últimos ejercicios presupuestales.

Asimismo, se puede solicitar información a los potenciales proveedores del rubro del objeto de la convocatoria.

48.3. La indagación puede ser básica o avanzada. Para la indagación básica se utilizan como mínimo una fuente de información, mientras que para la indagación avanzada se utilizan dos o más fuentes”.

Como se aprecia en la normativa descrita en el párrafo anterior, **la indagación se sustenta en el análisis de datos e investigación de condiciones competitivas del mercado con relación al requerimiento**. En ese sentido, la **segunda fuente empleada** en el documento de interacción con el mercado n.º 064-2025-GRLL-GRA/SGLS **no constituye propiamente una fuente de información para la indagación, sino una herramienta utilizada dentro del tipo de interacción con el mercado para efectuar consultas al mercado**⁵ (Lo resaltado y subrayado es nuestro).

Finalmente, se concluye que la Dependencia Encargada de las Contrataciones (DEC) del Gobierno Regional La Libertad elaboró un documento de interacción con el mercado para la contratación del servicio de publicidad digital en redes sociales que resulta incongruente; asimismo, utilizó una herramienta de consulta al mercado en lugar de una fuente de indagación, conforme correspondería según la clasificación de la segmentación de la contratación finalmente aplicada; a partir de la cual se determinó el valor de la cuantía para el procedimiento de selección del Concurso Público Abreviado n.º 002-2025-GRLL-GRA, Primera Convocatoria.

El hecho expuesto ha transgredido la siguiente normativa:

- **Ley n.º 32069, Ley General de Contrataciones Públicas, publicado el 24 de junio de 2024 en el diario oficial El Peruano.**

“Artículo 3.- Ámbito de aplicación de la Ley

3.1. La presente ley es aplicable para la contratación de bienes, servicios y obras, siempre que las entidades contratantes asuman el pago con fondos públicos. Los contratos menores se rigen por esta ley.

(...)

Artículo 5.- Principios rectores de la contratación pública

“(…)

- a) **Legalidad:** las partes involucradas en el proceso de contratación deben actuar con respeto a la Constitución Política del Perú, la Ley y al derecho dentro de las facultades atribuidas y de acuerdo con los fines conferidos.
- b) **Eficacia y eficiencia:** las entidades contratantes actúan de forma eficaz y eficiente para lograr el cumplimiento de los fines públicos, priorizando estos por encima de formalidades no esenciales para sus objetivos. La aplicación de estos principios garantiza la calidad técnica

⁵ Establecido en el artículo 50 del Reglamento de la Ley 32069. Ley de contrataciones del estado aprobado mediante Decreto Supremo N° 009-2025- EF.

de los expedientes técnicos, especificaciones técnicas y términos de referencia, así como la ejecución contractual. Los procesos, procedimientos, contratos, programas, sistemas y trámites son revisados y evaluados de forma periódica a fin de identificar y retirar aquellos que no son racionales o proporcionales para optimizar de forma permanente el proceso de contratación pública.

- c) *Valor por dinero: las entidades contratantes maximizan el valor de lo que obtienen en cada contratación, en términos de eficiencia, eficacia y economía, lo cual implica que se contrate a quien asegure el cumplimiento de la finalidad pública de la contratación, considerando la calidad, la sostenibilidad de la oferta y la evaluación de los costos y plazos, entre otros aspectos vinculados a la naturaleza de lo que se contrate, y que no procure únicamente el menor precio.*

(...)

- d) *Transparencia y facilidad de uso: son principios rectores de las actuaciones y decisiones de quien participe en el proceso de contratación basados en reglas y criterios claros y accesibles. Las entidades contratantes garantizan el acceso público y oportuno a dicha información, salvo las excepciones previstas en la ley de la materia. El acceso a toda plataforma, sistemas, procedimientos y trámites debe ser sencillo, amigable al usuario y oportuno, de modo que garantice la seguridad y brinde información confiable, oficial y útil.*
- e) *Competencia: los procesos de contratación incluyen disposiciones que permiten establecer condiciones de competencia efectiva y obtener la propuesta más ventajosa para satisfacer el interés público que subyace a la contratación, de modo que garantice el equilibrio entre la calidad y el precio. Se encuentra prohibida la adopción de prácticas que restrinjan o afecten la competencia.*

(...)"

TÍTULO IV
PROCESO DE CONTRATACIÓN PÚBLICA
CAPÍTULO I
ACTUACIONES PREPARATORIAS
Artículo 47. Interacción con el mercado

- 47.1. *A través de la interacción con el mercado, las entidades contratantes determinan la existencia de oferta y competencia, perfeccionan su requerimiento, estiman el presupuesto requerido para la contratación y el mecanismo de contratación estratégica o procedimiento de selección más idónea para proveerse de bienes, servicios u obras.*
- 47.2. *El reglamento establece los mecanismos y criterios de la interacción con el mercado".*

- **Reglamento de la Ley n.º 32069 Ley General de Contrataciones Públicas, aprobado mediante Decreto Supremo n.º 009-2025-EF publicado el 22 de enero de 2025.**

"TÍTULO III
DISPOSICIONES GENERALES A BIENES, SERVICIOS Y OBRAS
SUBCAPÍTULO 2
Estrategia de contratación

(...)

Artículo 46. Estrategia de contratación

- 46.1. *La estrategia de contratación es un proceso mediante el cual la DEC, con base en el requerimiento, analiza y evalúa de manera integral las variables que influyen en el proceso de contratación, en aplicación del principio de valor por dinero, considerando la información obtenida en la interacción con el mercado y aquella proporcionada por el área usuaria.*

(...)

Artículo 47. Interacción con el mercado

- 47.1. *La interacción con el mercado consiste en un conjunto de actividades que sirven de insumo*

y forman parte de la estrategia de contratación y permite a la entidad contratante perfeccionar su requerimiento, actualizar la cuantía de la contratación considerada en el PAC del CMN, medir la existencia de oferta existente en el mercado y competencia y el riesgo de la frustración del procedimiento de selección, pudiendo considerar la capacidad, tamaño y tendencias del mercado. Los tipos de interacción con el mercado son los siguientes: i) indagación; y, ii) consulta al mercado.

47.2. La entidad contratante guarda confidencialidad respecto de toda información, datos o documentación

que no sea de acceso público, a la que tenga acceso directa o indirectamente como consecuencia del desarrollo de la interacción con el mercado, conforme a la normativa de la materia.

Artículo 48. Indagación

48.1. La indagación se basa en el análisis de datos e investigación de condiciones competitivas del mercado con relación al requerimiento, a fin de que dicha información sea considerada en la estrategia de contratación.

48.2. Para la indagación se pueden emplear las siguientes fuentes de información: i) información histórica de la entidad contratante, que incluye procedimientos de selección y contratos suscritos previamente de igual o similar objeto; ii) información de procedimientos de selección y contratos suscritos por otras entidades contratantes, obtenidas de la Pladicop; y, iii) otras que se estimen pertinentes según la estrategia de contratación. Las fuentes de información referidas, de forma preferente corresponden a los tres últimos ejercicios presupuestales. Asimismo, se puede solicitar información a los potenciales proveedores del rubro del objeto de la convocatoria.

48.3. La indagación puede ser básica o avanzada. Para la indagación básica se utilizan como mínimo una fuente de información, mientras que para la indagación avanzada se utilizan dos o más fuentes.

(...)

Artículo 49. Consulta al mercado

49.1. Mediante la consulta al mercado, se propicia el intercambio de información de manera abierta y

transparente con los proveedores. 49.2. La consulta al mercado puede ser básica o avanzada. En el caso de la consulta al mercado básica, se emplea una sola herramienta de interacción, sea escrita o reuniones, mientras que para la avanzada se utilizan dos o más herramientas de la misma o distinta clasificación.

Artículo 50. Herramientas de las consultas al mercado

50.1. Las herramientas de las consultas al mercado tienen la siguiente clasificación: a) Escrita: se utiliza

para obtener retroalimentación de varios proveedores, como la difusión del requerimiento conforme a

lo dispuesto en el artículo 51 o solicitudes de información a los proveedores, entre otros.

b) Reuniones:

b.1 Uno a muchos: se utiliza para comunicar aspectos clave de la contratación a varios proveedores o a la industria, como reuniones informativas, talleres con la industria o eventos de exposición de proveedores o de proyectos de la entidad contratante, entre otros. Esta herramienta puede emplearse para atender varios requerimientos.

b.2 Uno a uno: se utiliza para obtener información detallada de una manera directa con el proveedor a través de reuniones individuales. 50.2. De manera complementaria a las herramientas señaladas, la DEC puede realizar una indagación de conformidad con el artículo 48

TÍTULO IV

PROCESO DE CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES ESPECIALES DE LA FASE DE ACTUACIONES PREPARATORIAS PARA BIENES Y SERVICIOS Y SEGMENTACIÓN DE CONTRATACIONES

Artículo 125. Segmentación de contrataciones de bienes y servicios

125.1. En el caso de bienes y servicios, incluyendo las consultorías en general, la entidad contratante realiza la segmentación de las contrataciones según su cuantía y riesgos, considerando las siguientes categorías:

- a) Rutinarios: contrataciones de baja cuantía y bajo riesgo.
- b) Operacionales: contrataciones de alta cuantía y bajo riesgo.
- c) Críticos: contrataciones de baja cuantía y alto riesgo.
- d) Estratégico: contrataciones de alta cuantía, y alto riesgo.

(...)

Artículo 127. Interacción con el mercado para bienes y servicios

127.1. La DEC, empleando como base la segmentación de contrataciones, utiliza los siguientes niveles de acuerdo con los tipos de interacción con el mercado:

- a) Indagación básica: para requerimientos rutinarios.
 - b) Indagación avanzada: para requerimientos operacionales.
 - c) Consulta al mercado básica: para requerimientos críticos.
 - d) Consulta al mercado avanzada: para requerimientos estratégicos.
- 127.2. La DEC puede utilizar un nivel más avanzado de interacción con el mercado para atender un requerimiento, de considerarlo pertinente en la estrategia de contratación.

La situación descrita, genera una deficiente determinación de la cuantía de la contratación toda vez que, la Entidad no empleó las fuentes de información acorde con el tipo de segmentación de contratación.

2. LA ENTIDAD REALIZÓ PUBLICIDAD ESTATAL DURANTE EL PERIODO ELECTORAL VIGENTE SIN ADECUARSE A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS PARA SU DIFUSIÓN, SITUACIÓN QUE PODRÍA AFECTAR EL DEBER DE NEUTRALIDAD, ASÍ COMO LA IMPOSICIÓN DE SANCIONES Y/O MULTAS.

En mérito al Plan de estrategia publicitaria 2025 del Gobierno Regional La Libertad para la realización de campañas digitales, el 29 de agosto de 2025 se publicó en el Sistema Electrónico de Contrataciones del Estado (SEACE) la Convocatoria del Procedimiento de Selección, Concurso Público Abreviado n.º 002-2025-GRLL-GRA PRIMERA CONVOCATORIA, para la contratación de servicio de planificación y ejecución de campañas digitales en redes sociales para visibilizar la gestión regional, con un valor estimado de S/ 428 042,64 soles.

En esa línea el Gerente Regional de Administración y la apoderada de GM MARKETING SERVICES S.A.C., suscribieron el contrato n.º 064-2025-GRLL-GRA de 29 de octubre de 2025 para la contratación de servicios de planificación y ejecución de campañas digitales en redes sociales para visibilizar la gestión regional, por el importe de S/ 479 000,00 y con un plazo de ejecución de ciento veinte (120) días calendario.

Posteriormente mediante Resolución Gerencial Regional n.º 000649-2025-GRLL-GGR-GRA de 18 de noviembre de 2025 se resolvió, declarar la resolución parcial del contrato n.º 064-2025-GRLL-GRA, correspondiente al primer y segundo entregable, por incumplimiento de obligaciones contractuales, por causa atribuible a la parte que incumple. En consecuencia, el 19 de noviembre de 2025, se suscribió la Adenda n.º 01 al citado contrato, mediante el cual se redujo el monto contractual a la suma de S/ 239 500,00 (Doscientos treinta y nueve mil quinientos con 00/100 soles), así como el plazo de ejecución a sesenta (60) días calendario.

Es importante mencionar que el objeto del contrato n.º 064-2025-GRLL-GRA, fue la contratación de servicios de planificación y ejecución de campañas digitales en redes sociales para visibilizar

la gestión regional, al respecto el reglamento sobre propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral⁶ establece lo siguiente:

Artículo 24.- Procedimiento de reporte posterior

La publicidad estatal difundida a través de medios distintos a la radio o la televisión no requiere de autorización previa; sin embargo, será materia de reporte posterior, en sujeción al siguiente procedimiento:

24.1. *El titular del pliego o a quien este faculte, dentro del plazo de siete (7) días hábiles, computados desde el día siguiente del inicio de la difusión, presenta al JEE el formato de reporte posterior (Anexo 2), el cual forma parte del presente reglamento, que deberá contener los datos solicitados en este.*

Además, se debe anexar una descripción detallada del aviso o mensaje publicitario y el ejemplar o muestra fotográfica a color del medio publicitario, o link de descarga, dependiendo de la naturaleza del medio publicitario.

Cuando la publicidad estatal se difunda en redes sociales y/o plataformas digitales oficiales, se debe informar el enlace o link activo que permita acceder directamente al lugar donde se ubica el elemento publicitario.

24.2. *Luego de recibido el reporte, el JEE dispone, en el plazo máximo de un (1) día calendario, que el fiscalizador de la DNFPE emita un informe sobre el contenido del aviso o mensaje publicitario teniendo en consideración los documentos adjuntos, el cual debe ser presentado en el plazo de hasta dos (2) días calendario.*

24.3. *Con el informe del fiscalizador, el JEE resuelve en un plazo máximo de tres (3) días calendario, mediante resolución que aprueba, o desaprueba el reporte posterior*

(...)

Conforme lo prescribe la normativa aplicable, la publicidad estatal difundida a través de medios distintos a la radio o la televisión, si bien no requiere de autorización previa; sin embargo, será materia de reporte posterior, la cual debe ser presentada bajo los parámetros establecidos en el numeral 24. 1 del artículo 24° del Reglamento

Asimismo, mediante Acta de Visita n.° 01-2026-OCI-5342 de 18 de marzo de 2026, el Gerente Regional de Imagen Institucional del Gobierno Regional La Libertad, alcanzó los formatos de reporte posterior de publicidad estatal presentados al **Jurado Electoral Especial de Chiclayo y Trujillo**, relacionado específicamente al servicio de publicidad digital en redes sociales, identificando la siguiente infracción que se detalla a continuación:

⁶ Aprobado mediante Resolución N.° 0112-2025-JNE de 12 de marzo de 2025.

Cuadro n.º 1

Reporte posterior de publicidad presentado por la Gerencia Regional de Imagen Institucional del Gobierno Regional La Libertad al Jurado Electoral Especial

Nº	Expediente	Oficio presentado por Gerente Regional de Imagen Institucional al Jurado Electoral Especial ⁷	Asunto de oficio	Publicidad vinculada al contrato n.º 064-2025-GRLL-GRA. (Presentado en reporte posterior)	Resolución del Jurado Electoral Especial que atiende el reporte posterior presentado por la Gerencia Regional de Imagen Institucional.	Opinión del Jurado Electoral Especial	Infracción cometida
1	EG.20260001226	n.º 000509-2025-GRLL-GGR-GRII de 4 de junio de 2025	Remisión del 10mo reporte posterior de publicidad estatal en la página de Facebook del GORELL (22 publicidades)	4. Elemento publicitario: Reel. Tema de la campaña: 20 años más para patrullar Trujillo. Entregamos nuevas unidades a la #PNP para reforzar el patrullaje preventivo. En junio y julio llegarán 80 motos más. ¡Más movilidad. Más control. Más seguridad para los liberteños!	Resolución n.º 00272-2025-JEE-CHYO/JNE de 18 de junio de 2025,	“III. SOBRE EL CASO EN CONCRETO: (...) 3.5. Respecto a las publicaciones descritas en los numerales del 1,3,4,6,7,8,10,11,12,14,16,17,19 y 21, estas cumplen con los requisitos de fondo y forma establecidos en los artículos 18 y 24 del Reglamento, no habiéndose encontrado insertos elementos prohibidos. (...) RESUELVE: Artículo primero: APROBAR la publicidad estatal de la campaña contenida en el reporte posterior debido a necesidad impostergable y utilidad pública en periodo electoral, presentado por la Entidad; conforme a los fundamentos expresados en el considerando 3.5. (...)	Literal e) del artículo 20º del Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, que califica como infracción, lo siguiente: “No presentar el reporte posterior de la publicidad estatal, dentro del plazo de siete (7) días hábiles contados a partir del

⁷ Documento mediante el cual, presenta el reporte posterior de la publicidad.

N°	Expediente	Oficio presentado por Gerente Regional de Imagen Institucional al Jurado Electoral Especial ⁷	Asunto de oficio	Publicidad vinculada al contrato n.° 064-2025-GRLL-GRA. (Presentado en reporte posterior)	Resolución del Jurado Electoral Especial que atiende el reporte posterior presentado por la Gerencia Regional de Imagen Institucional.	Opinión del Jurado Electoral Especial	Infracción cometida
						<i>Artículo tercero: EXHORTAR al titular de la Entidad a que, en lo sucesivo, cumpla con presentar el reporte posterior dentro del plazo, conforme a lo establecido en el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral aprobado con Resolución n.° 0112- 2025-JNE de 12 de marzo de 2025".</i>	<i>día siguiente del inicio de la difusión por medios distintos a la radio o la televisión".</i>

Fuente: Acta de Visita n.° 01-2026-OCI-5342 de 18 de marzo de 2026.

Elaborado por: OCI del Gobierno Regional de La Libertad.

Como se aprecia en el cuadro precedente, de la ejecución de campañas digitales en redes sociales realizadas en el marco del contrato n.º 064-2025-GRLL-GRA, se advierte el incumplimiento de la normativa electoral, toda vez que en el expediente **EG.20260001226**, mediante Resolución n.º 00272-2025-JEE-CHYO/JNE de 18 de junio de 2025⁸, el Jurado Electoral Especial de Chiclayo exhortó al titular de la Entidad a que, en lo sucesivo, cumpla con presentar el reporte posterior dentro del plazo, conforme a lo establecido en el Reglamento, razón por la cual la Entidad cometió la infracción establecida en el literal e) del artículo 20º del Reglamento que establece lo siguiente:

"No presentar el reporte posterior de la publicidad estatal, dentro del plazo de siete (7) días hábiles contados a partir del día siguiente del inicio de la difusión por medios distintos a la radio o la televisión".

De lo expuesto, se advierte que del formato de reporte posterior de publicidad estatal presentado al Jurado Electoral Especial de Chiclayo, **relacionado específicamente al servicio de publicidad digital en redes sociales**, ha sido **presentado fuera del plazo establecido**; en consecuencia, la no presentación del formato de Reporte Posterior (Anexo n.º 2) por parte de la Titular de la Entidad, en el plazo establecido, genera el riesgo de afectación del cumplimiento de la normativa sobre neutralidad de funcionarios y servidores públicos durante el periodo electoral 2026, así como la imposición de sanciones y/o multas.

El hecho expuesto ha transgredido la siguiente normativa:

- **Reglamento sobre propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral, aprobada con Resolución n.º 0112-2025-JNE, publicado el 19 de marzo de 2025.**

"Artículo 5

(...)

p. Neutralidad

Deber esencial de toda autoridad pública, funcionario o servidor público, independientemente de su régimen laboral, para actuar con imparcialidad política en el ejercicio de sus funciones, en el marco de un proceso electoral.

(...)

s. Periodo electoral

Intervalo de tiempo que abarca desde el día siguiente de la convocatoria a un proceso electoral hasta la correspondiente resolución de cierre que emite el INE.

(...)

w. Publicidad estatal

Información que las entidades públicas difunden con fondos y recursos públicos, destinada a divulgar la programación, el inicio o la consecución de sus actividades, obras y políticas públicas, cuyo objeto sea posicionarlas frente a los ciudadanos que perciben los servicios que estas prestan.

(...)

Artículo 18.- Condiciones para la difusión de publicidad estatal

La difusión de publicidad estatal justificada que se sustente en razón de una impostergable necesidad o utilidad pública debe cumplir las siguientes condiciones: a. Los avisos, en ningún caso, pueden contener o hacer alusión a colores, nombres, frases o textos, símbolos, signos o cualquier otro elemento que directa o indirectamente esté relacionado con una organización política. b. Ningún funcionario o servidor público perteneciente a una entidad o a cualquiera de

⁸ Emitida en atención al oficio n.º 000509-2025-GRLL-GGR-GR11 de 4 de junio de 2025.

sus dependencias puede aparecer en la publicidad estatal, a través de su imagen, nombre, voz, cargo o cualquier otro medio que de forma indubitable lo identifique.

Artículo 20.- Infracciones sobre publicidad estatal

Constituyen infracciones en materia de publicidad estatal:

(...)

e. No presentar el reporte posterior de la publicidad estatal, dentro del plazo de siete (7) días hábiles contados a partir del día siguiente del inicio de la difusión por medios distintos a la radio o la televisión.

(...)"

Artículo 24.- Procedimiento de reporte posterior

La publicidad estatal difundida a través de medios distintos a la radio o la televisión no requiere de autorización previa; sin embargo, será materia de reporte posterior, en sujeción al siguiente procedimiento:

24.1. El titular del pliego o a quien este faculte, dentro del plazo de siete (7) días hábiles, computados desde el día siguiente del inicio de la difusión, presenta al JEE el formato de reporte posterior (Anexo 2), el cual forma parte del presente reglamento, que deberá contener los datos solicitados en este. Además, se debe anexar una descripción detallada del aviso o mensaje publicitario y el ejemplar o muestra fotográfica a color del medio publicitario, o link de descarga, dependiendo de la naturaleza del medio publicitario.

(...)"

La situación descrita genera el riesgo de afectación del cumplimiento del deber de neutralidad durante el periodo electoral, así como la imposición de sanciones y/o multas a la Entidad.

I. DOCUMENTACIÓN E INFORMACIÓN QUE SUSTENTA LA ACCIÓN DE OFICIO POSTERIOR

La información y documentación que la Comisión de Control ha revisado y analizado durante el desarrollo de la Acción de Oficio Posterior se encuentra detallada en el Apéndice Único del presente informe.

Los hechos con indicios de irregularidad evidenciados en el presente informe se sustentan en la revisión y análisis de la documentación e información obtenida, la cual ha sido señalada en rubro III del presente informe y se encuentra en el acervo documentario de la entidad.

II. CONCLUSIÓN

Como resultado de la Acción de Oficio Posterior practicada al Gobierno Regional de La Libertad, se ha advertido hechos con indicio de irregularidad, los cuales han sido detallados en el presente informe.

III. RECOMENDACIÓN

A la Gobernadora Regional del Gobierno Regional La Libertad:

1. Adoptar las acciones que correspondan en el ámbito de sus competencias, a fin de atender o superar los hechos con indicio de irregularidad como resultado de la Acción de Oficio Posterior, y de ser el caso, disponer el deslinde de responsabilidades que correspondan.

Trujillo, 3 de julio de 2026.

Santos Jesús Sare Campos
Supervisor de Comisión

Mireyra Teofila Luzmilda Valderrama Alarco
Jefe de Comisión

AL SEÑOR JEFE DEL ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO REGIONAL LA LIBERTAD

El jefe del Órgano de Control Institucional del Gobierno Regional La Libertad que suscribe el presente informe, ha revisado su contenido y lo hace suyo, procediendo a su aprobación.

Trujillo, 3 de julio de 2026.

JOSE LUIS FLORES GRADOS
Jefe del Órgano de Control Institucional
Gobierno Regional La Libertad

APÉNDICE ÚNICO DEL INFORME DE ACCIÓN DE OFICIO POSTERIOR N° 039-2026-2-5342-AOP

DOCUMENTACIÓN VINCULADA A LA ACCIÓN DE OFICIO POSTERIOR

1. LA INTERACCIÓN CON EL MERCADO EFECTUADO POR LA ENTIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD DIGITAL EN REDES SOCIALES CORRESPONDIENTE AL AÑO 2025 PRESENTA INCONSISTENCIAS EN SU DESARROLLO, ASIMISMO LA DEPENDENCIA ENCARGADA DE LAS CONTRATACIONES NO EMPLEÓ LAS FUENTES DE INFORMACION PREVISTAS EN EL REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE CONTRATACIONES PÚBLICAS; GENERANDO UNA DEFICIENTE DETERMINACION DE LA CUANTÍA DE LA CONTRATACIÓN.

N°	DOCUMENTO
1	Informe n.° 000109-2025-GRLL-GGR-GRA-SGLSG de 20 de mayo de 2025.
2	Interacción con el mercado n.° 064-2025-GRLL-GRA/SGLSG de 18 de julio 2025.
3	Informe n.° 000032-2026-GRLL-GGR-GRA-SGLSG de 27 de abril de 2026

2. LA ENTIDAD REALIZÓ PUBLICIDAD ESTATAL DURANTE EL PERIODO ELECTORAL VIGENTE SIN ADECUARSE A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS PARA SU DIFUSIÓN, SITUACIÓN QUE PODRÍA AFECTAR EL DEBER DE NEUTRALIDAD, ASÍ COMO LA IMPOSICIÓN DE SANCIONES Y/O MULTAS.

N°	DOCUMENTO
1	Resolución n.° 00272-2025-JEE-CHYO/JNE de 18 de junio de 2025
2	Acta de Visita n.° 01-2026-OCI-5342 de 18 de marzo de 2026.
