



## OPERADORA METROPOLITANA DE SERVICIO DE AUTOBUSES

### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INFORME TÉCNICO PERICIAL

#### CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El suscrito **Lic. Miguel Martínez**, Director de Comunicación de la Operadora Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA); en virtud de la necesidad específica de promover el uso de nuestros autobuses como política masiva a favor de los ciudadanos; en virtud del imperativo de promover nuestras rutas en el mecanismo electrónico de Google Maps; en virtud de que se requiere la publicación de espacios pagados en la prensa escrita (Licitaciones, Comparaciones de Precios, Resoluciones contratación de empleados, campañas de educación, etc.); en virtud la necesidad cotidiana de dar a conocer nuestras ejecutorias para mostrar a la sociedad lo que hacemos con los recursos del pueblo; promoción de eventos de diversas índoles, campañas publicitarias, entre otros formatos. En el orden de las necesidades anteriores y de los requerimientos para la contratación de estos servicios por medio del procedimiento de excepción, sustentado bajo la Ley No.340-06, sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, modificada por la Ley No.449-06 y su nuevo Reglamento de Aplicación emitido mediante el Decreto. No. 416-23, han podido constatar lo siguiente:

#### NECESIDAD DE ORIENTAR A LOS USUARIOS SOBRE LOS CORREDORES DE LA OMSA

Nos vemos precisados a colocar publicidad en este aspecto, en razón del inicio de las operaciones de los corredores, y con los planes de expansión hacia varias provincias. Todas las razones anteriormente expuestas nos obligan a instruir a los usuarios mediante publicidad para una mejor difusión y aprovechamiento de estos corredores.

## **Informe Técnico Pericial para la contratación de los servicios de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y eventos de diversas índoles.**

### **PROMOCIÓN DE LAS EJECUTORIAS DE LA INSTITUCIÓN**

Una de las formas de rendir cuentas a la ciudadanía es publicar y promover las acciones que se realizan utilizando los fondos públicos, en tal sentido entendemos necesario motivar y promover las políticas públicas implementadas por la OMSA, vía la colocación o compra de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y eventos de diversas índoles. La promoción se hace extensiva a las redes sociales e implica pago de publicidad en las redes, vía los denominados contenidos promocionados.

### **PUBLICACIÓN DE ESPACIOS PAGADOS EN LA PRENSA ESCRITA (LICITACIONES, COMPARACIONES DE PRECIOS, RESOLUCIONES CONTRATACIÓN DE EMPLEADOS, CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN, ETC.)**

La Ley No.340-06 sobre Compras y Contrataciones, de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, modificada por la Ley No. 449-06 y su nuevo Reglamento de Aplicación emitido mediante el No. 416-23, de fecha 14 de septiembre 2023, que crea el nuevo reglamento de aplicación de la ley 340-06, que indica la convocatoria a presentar ofertas en los casos de excepción en su artículo 60 sobre el procedimiento de excepción para la contratación de publicidad a través de los medios de comunicación social, que deberá efectuarse mediante la publicación, al menos, en dos diarios de circulación nacional por el término de dos (2) días, con un mínimo de treinta (30) días hábiles de anticipación a la fecha fijada para la apertura, computados a partir del día siguiente a la última publicación, en tal sentido surge la necesidad de hacer este tipo de publicaciones en prensa escrita y también existe la necesidad de hacer otros tipos de anuncios que son evidencias para el Ministerio de Administración Pública o simplemente para expandir su conocimiento público, sobre contrataciones de empleados u otras políticas institucionales.

### **CONTRATACIONES A EMPRESAS PUBLICITARIAS Y DE EVENTOS PUBLICITARIOS.**

Dentro de la naturaleza de la Dirección de Comunicación surge la necesidad de contratar empresas publicitarias para realizar spots, documentales, infomerciales, diagramaciones, papelería, vayas, montajes de eventos, contratación de artistas, sonido, pantallas, tarimas, etc., en tal virtud es necesaria la contratación o compra de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y de montajes de eventos de diversas índoles, en conjunto con la División de Protocolo y Eventos.

### **SOLUCION PROPUESTA**

Ante estas situaciones, inmediatas, concretas y probadas, es necesario acudir a modalidades establecidas en las nuevas normativas de la Dirección General de Contrataciones Públicas. Para la contratación de dichos servicios bajo la aplicación de los Procedimientos de Selección

**Informe Técnico Pericial para la contratación de los servicios de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y eventos de diversas índoles.**

establecidos en la Ley 340-06 sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, el suscrito recomienda lo siguiente:

**PRIMERO:** El objeto de cada contrato u orden de compra de bienes y servicios será la colocación o compra de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y de montajes de eventos de diversas índoles.

**SEGUNDO:** El objeto de cada contrato u orden de compra a realizar en medios de comunicación social, empresas publicitarias y eventos de diversas índoles, será bajo uno de los procedimientos de excepción que establece la Ley No.340-06, el cual permita agilizar la compra o contratación, fundamentada en razones objetivas e inaplazables, bajo el procedimiento siguiente:

**A. PROCEDIMIENTO DE EXCEPCIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**TERCERO:** El plazo de duración de los servicios de colocación o compra de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y de montajes de eventos de diversas índoles, estará comprendido entre los meses de enero y diciembre del año 2024.

**CUARTO:** El valor de compra o contratación de estos servicios no podrá superar los 16,500,000.00 (Diez y seis millones quinientos mil pesos), durante el año 2024.

En el municipio Santo Domingo Oeste, provincia Santo Domingo, República Dominicana, a los tres (03) días del mes de enero del año dos mil veinticuatro (2024).

  
**LIC. MIGUEL MARTÍNEZ**  
Dirección de Comunicación  
Director de Comunicación.

