

Santo Domingo, D. N.
28 de enero de 2025

Señores
Miembros del Comité de Compras IDOPPRIL.
Su despacho

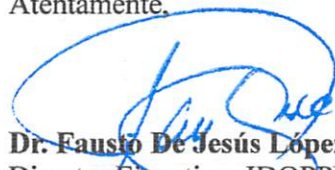
Distinguidos señores:

Pláceme saludarle, en ocasión de solicitarle, mediante una resolución o acta administrativa de ese órgano, que todos los procesos relacionados con la campaña publicitaria institucional y patrocinios, que se vienen realizando a través de los diferentes medios y programas, tanto radiales como televisivos, sean considerados como casos de excepciones.

Hacemos esta solicitud en vista de que nuestra institución viene manejando una planificación estratégica mediante dicha campaña publicitaria, la cual está basada en dar a conocer el seguro de riesgos laborales a nuestros afiliados y posicionar nuestra institución en el sistema dominicano de seguridad social como ejemplo de servicio público.

Ha sido una norma en nuestra institución manejarnos con altos niveles y dar cumplimiento a las disposiciones de la **Ley 340-06 y su Reglamento de Aplicación**, donde nuestros procesos de compras y contrataciones se realizan con transparencia y eficacia a través del **Portal Transaccional de Compras Dominicanas**. A nivel institucional, todos nuestros procesos son automatizados y medibles en cada momento.

Atentamente,



Dr. Fausto De Jesús López Solís
Director Ejecutivo, IDOPPRIL
FS/EC/dn



ACTA ADMINISTRATIVA AUTORIZACIÓN CAMPAÑA PUBLICITARIA Y LOS PATROCINIOS COMO CASOS DE EXCEPCIÓN

Acta de fecha 29/01/2025, del contenido de la reunión del Comité de Compras y Contrataciones del Instituto Dominicano de Prevención y Protección de Riesgos Laborales (IDOPPRIL), para conocer como punto de agenda la comunicación del Director Ejecutivo, solicitando que todos los procesos relacionados con la campaña publicitaria institucional que se viene realizando a través de los diferentes medios y programas tanto radiales como televisivos y los patrocinios sean declarado casos de excepción.

En la ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, capital de la República Dominicana, a los veintinueve (29) días del mes de enero del año dos mil veinticinco (2025), previa convocatoria, siendo las 10:00 A.M. se dio inicio a la reunión con la presencia de los miembros titulares señores: Ing. Manuel De Jesús Amézquita Candelier (En representación del Director Ejecutivo); Lic. Ebert Carela Salas (En representación del Director jurídico y asesor legal del Comité); Licda. Sandra Amantina de la Cruz (Directora Administrativa y Financiera); Ingeniera Julia Mercedes Pérez Veloz (Directora de Planificación y Desarrollo), la Licda. Laura Vanessa Moronta (Enc. Libre Acceso a la Información), el Lic. Dionisio Barrera Mata, (Enc. Del Departamento de Compras y Contrataciones del IDOPPRIL), reunidos para conocer la agenda siguiente:

ÚNICO: Conocer comunicación del Director Ejecutivo, informe y solicitud declaración de todos los procesos relacionados con la campaña publicitaria institucional que se viene realizando a través de los diferentes medios y programas tanto radiales como televisivos, así como los patrocinios sean declarados casos de excepción.

DESARROLLO:

El Ing. Manuel De Jesús Amézquita Candelier, representante del Director Ejecutivo, quien preside la reunión, designó como secretaria para el levantamiento de la presente acta a la señora Yokasta Grullon de la Dirección Jurídica y luego de pasar lista de asistencia, se comprobó que estando presentes todos los miembros titulares; teníamos quórum para proceder al conocimiento de la agenda.

Luego de saludar, y dar la bienvenida todos los presentes, el Ing. Manuel de Jesús Amézquita Candelier, dispone en primer lugar, que el Lic. Ebert Carela Salas, Representante del asesor Legal, lea la comunicación remitida al comité por el Director Ejecutivo de IDOPPRIL, de referencia de fecha 28 de enero del 2025. Leída la comunicación, expresa entre otros puntos relevantes lo siguiente: "Pláceme saludarle en ocasión de solicitarles mediante una resolución o acta administrativa de ese órgano que todos los procesos relacionados a la campaña publicitaria institucional y patrocinios, que se viene realizando a través de los diferentes medios y programas tanto radiales como televisivos, sean considerados casos de excepción. Hacemos esta solicitud en vista de que

nuestra institución viene manejando una planificación estratégica mediante dicha campaña publicitaria la cual esta basada en dar a conocer el seguro de riesgos laborales a nuestros afiliados y posicionar nuestra institución en el sistema Dominicano de Seguridad Social como ejemplo de Servicio Publico''.

A seguida el Ing. Manuel De Jesús Amézquita Candelier, se dirigió al Lic. Dionisio Barrera Mata, Enc. del Departamento de Compras y Contrataciones del IDOPPRIL, a los fines de que orientara al Comité acerca de la incidencia del tema en los procesos de ese departamento; en ese sentido el Lic. Barrera expresó lo siguiente: ''la Contraloría General de la República está requiriendo que los mismos sean subido al portal de compras como casos de excepción, requisito previo para pasar a certificar los contratos que provienen de estos conceptos entre las entidades y esta institución''.

Luego se procedió, a implicar el tema a la luz de la ley 340-06 sobre Compras y Contrataciones y su Reglamento de Aplicación No. 543-12, encontrando en el análisis que unos de los cánones fundamentales que rigen las compras y contrataciones es EL PRINCIPIO DE RAZONABILIDAD el cual expresa lo siguiente: ''Ninguna actuación, medida o decisión de autoridad competente en la aplicación e interpretación de esta ley, deberá exceder lo que sea necesario para alcanzar los objetivos de transparencia, licitud, competencia y protección efectiva del interés y del orden público, perseguidos por esta ley. Dichas actuaciones, medidas o decisiones no deberán ordenar o prohibir mas de lo que es razonable y justo a la luz de las disposiciones de la presente ley.

En el tenor anterior el Reglamento No. 543-12, de aplicación de la Ley 340-06 de compras y contrataciones en el Capítulo II: NORMAS GENERALES COMUNES A TODOS LOS ORGANISMOS COMPRENDIDOS. PROCEDIMIENTOS ESPECIALES CASOS DE EXCEPCION ARTÍCULO 3; Dispone lo siguiente. ''Seran considerados casos de excepción y no una violación a la ley, las situaciones que detallan a continuación, siempre y cuando se realicen de conformidad con los procedimientos que se establecen en el presente Reglamento: Proveedores únicos. Procesos de adquisición de bienes o servicios que sólo pueden ser suplidos por una determinada persona natural o jurídica''.

En el acápite 3 del Artículo 4, del mismo Reglamento se establece que '' todos los demás casos de excepción (.....) mencionados en el artículo 3 se iniciarán con la resolución motivada emitida por el Comité de Compras y Contrataciones, recomendado el uso de la excepción, previo informe pericial que lo justifique''.

Analizado por el Comité el punto presentado y oído a el encargado del Departamento de Compras y Contrataciones, luego además de ponderar las implicaciones legales, y luego de las deliberaciones de los miembros del Comité, se procedió a decidir unánimemente que todos los procesos relacionados con la campaña publicitaria institucional que se viene realizando a través de los diferentes medios y programas tanto radiales como televisivos, así como los patrocinios sean declarados casos de excepción, conforme la ley 340-06, de Compras y Contrataciones Públicas y su Reglamento de aplicación No. 543-12

Señores
Miembros del Comité de Compras y Contrataciones
PRESENTE.-

Asunto: Informe Pericial para los procesos de Publicidad y Patrocinios

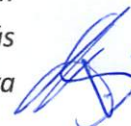
Distinguido Señores:

Con mucha cortesía, nos complace saludarle, en ocasión de informarle sobre el levantamiento realizado a los procesos efectuados para la Publicidad y Patrocinios de la institución en los diferentes medios de comunicación, programas televisivos y radiales, correspondiente a la Campaña Publicitaria que viene realizando la institución a los fines de concientizar, promover la Prevención de accidentes laborales y colocar al IDOPPRIL como "el Seguro de Riesgos Laborales de todos", donde pudimos confirmar la importancia de que dichos procesos sean considerados casos de excepción tomando en cuenta que cada uno de los medios, programas y entidades cumplen con el perfil más idóneo de los grupos de afiliados que son parte fundamental del blanco objetivo, para difundir en sus distintos medios la campaña propuesta.

Cada medio de comunicación y programa ha venido manejando dicha campaña con altos niveles llevando mensajes claros para dar a conocer los beneficios que ofrece el Seguro de Riesgos Laborales a nuestros afiliados.

Para esta primera etapa del año 2025 vamos a implementar la campaña de concientización sobre Prevención en la zona metropolitana en medios con alcance nacional, de manera que el mensaje sea consumido en las principales Zonas y Regiones del país, acorde con el plan de medios elaborado para esos fines.

La motorización a través de una gran campaña publicitaria sobre la importancia de notificar los accidentes de trabajo (AT) y las enfermedades profesionales (EP) y la cobertura mediante el seguro de riesgos laborales.



En el Plan Estratégico 2025-2028 y la estrategia **No. 4 Fortalecimiento del IDOPPRIL**, en su primer lustro de existencia, **como marca corporativa en la Sociedad Dominicana** más acordes al contexto actual, en la que buscamos que además de la Promoción de la Prevención, destacar las acciones del Gobierno Central, a través del IDOPPRIL, para que los trabajadores disfruten de mejor calidad de vida en su entorno laboral, de acuerdo a las Metas de los Objetivos Sostenibles, al Plan Nacional de Desarrollo y los lineamientos Estratégicos 2025-2028.

OBJETIVO GENERAL:

Difundir en los diferentes medios de comunicación la publicidad diseñada para la campaña de concientización sobre el rol que juega el IDOPPRIL, de cara a dar a conocer a todos sus afiliados, la prevención de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales (AT/EP).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Alcanzar una penetración amplia en los medios, programas de comunicación, que coloque la institución en el imaginario de la población de cara a la Prevención y Protección de los Riesgos Laborales.
2. Promover de manera proactiva todos los beneficios que genera la Prevención y Protección de cara las iniciativas que lleva el IDOPPRIL como parte de una política de protección de sus afiliados, para evitar los Accidentes de Trabajos y las Enfermedades Profesionales (AT/EP).


METAS:

1. Sensibilizar a afiliados de los principales grupos laborales de cada región del país, como parte de un modelo de eficiencia que permita alcanzar mejores resultados en la gestión de nuestros servicios.
2. Conocimiento de la población y hacedores de opinión pública, de las metas, desafíos y retos de cara a nuestros afiliados para reducir de manera considerable los Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales (AT/EP).

Muy atentamente,


Lic. Fidel J. Sánchez
Director de Comunicaciones



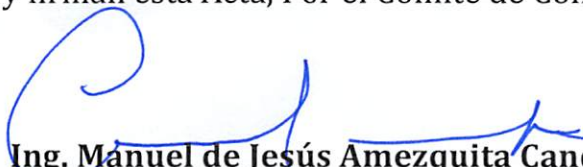

Licda. Nicaulis Mireles
Enc. De Publicidad


RESOLUCIÓN:

1. APROBAR como al efecto se aprueba: Considerar como casos de excepción, los procesos relacionados a la campaña publicitaria institucional que se viene realizando a través de los diferentes medios y programas tanto radiales como televisivos, así como los patrocinios ofrecidos por EL INSTITUTO DOMINICANO DE PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN DE RIESGOS LABORALES (IDOPPRIL).

2. INSTRUIR al Departamento de Compras y Contrataciones de IDOPPRIL, tomar todas las providencias necesarias para la aplicación de la presente Resolución.

Y no habiendo más nada que tratar siendo la 10:25 A. M., se dio por terminada la reunión, y firman esta Acta, Por el Comité de Compras y Contrataciones, los señores:


Ing. Manuel de Jesús Amezquita Candelier
Presidente


Lic. Ebert Carela Salas
Rep. Asesor legal


Lic. Sandra Amantina De la Cruz Matos
Miembro


Ing. Julia Mercedes Pérez Veloz
Miembro


Lic. Laura Vanessa Moronta
Miembro

