

INFORME JUSTIFICATIVO

Contratación de publicidad a través de medios de comunicación Período: 01 de marzo al 30 de abril de 2025

Antecedentes

La Dirección de Prensa del Presidente (DPP) fue creada el 6 de septiembre de 2021, mediante el Decreto Núm. 542-21, con la finalidad de gestionar las acciones comunicacionales del Presidente de la República y sus funcionarios. La misión fundamental de esta institución es garantizar la divulgación de información creíble y oportuna, a través de notas de prensa y materiales audiovisuales dirigidos tanto a medios nacionales e internacionales como a la población en general.

Para alcanzar su objetivo, esta Dirección tiene prevista una ruta con una estrategia comunicacional que incluye: actividades y productos con metas claras y medibles; una narrativa con mensajes diferenciados por públicos objetivo; dinámicas de relacionamiento con grupos de interés y medios de comunicación; recursos comunicacionales en concordancia con los lineamientos de comunicación del sector público.

Análisis estratégico

El accionar del presidente de la República, Luis Abinader, y los funcionarios gubernamentales ameritan una divulgación efectiva, que garantice que, en su justa dimensión, los ciudadanos tengan acceso a una información completa y objetiva a través de los medios de comunicación convencionales y vía los portales digitales que dominan las esferas comunicativas. Estos canales no solo permiten a los ciudadanos acceder a ellas de forma masiva, sino que convierten a los usuarios receptores en emisores activos.

Es indispensable que la DPP mantenga una presencia sostenida en ambos tipos de medios como instrumento clave para maximizar el alcance de las campañas publicitarias y asegurar la adecuada comunicación de las ejecutorias gubernamentales.

En tal sentido, **se presenta al Comité de Compras el informe justificativo del uso de excepción, mediante la modalidad de selección directa: Contratación de publicidad a través de radio, televisión y portales digitales** para la Dirección de Prensa del Presidente (DPP).

En la elaboración de este documento, se consideraron las disposiciones establecidas en el Manual General de Procedimiento de Contratación por Excepción, asegurando el cumplimiento de las características particulares de cada modalidad.

B.P.L.G.

El impacto esperado radica en fortalecer la percepción pública de las acciones gubernamentales, alcanzando tanto a públicos específicos como a audiencias generales. Con base en las estrategias de comunicación trabajadas, se concluye la necesidad de mantener las campañas publicitarias en:

1. Televisión y radio: medios tradicionales con amplio alcance y penetración en diversos segmentos de la población.
2. Portales digitales: canales dinámicos que facilitan la interacción directa con el ciudadano y un impacto más inmediato.

Justificación de los medios seleccionados

Televisión:

Sigue siendo uno de los medios más efectivos para llegar a audiencias amplias y diversas. La publicidad televisiva nos permitirá impactar a un público generalizado, especialmente en horarios de máxima audiencia, algunos de los factores para tener en cuenta son los siguientes:

- **Amplia audiencia:** permanece en estos tiempos como uno de los medios de comunicación tradicionales más consumidos en el país, alcanzando tanto a la población urbana como rural. A pesar del crecimiento de las plataformas digitales, sigue teniendo un gran alcance, especialmente en personas de diferentes edades y estratos sociales.
- **Cobertura nacional:** tiene una cobertura que llega a todas las regiones del país, lo que permite que la publicidad sea vista en zonas donde otros medios, como el internet o la radio, podrían tener menor penetración.
- **Eficiencia para segmentos demográficos específicos:** dependiendo del canal y del horario, la institución puede dirigir su publicidad a grupos específicos, como familias, jóvenes o adultos mayores. Los horarios "prime time" son especialmente efectivos para captar grandes audiencias.
- **Impacto visual y emocional:** combina elementos audiovisuales que permiten crear mensajes publicitarios más impactantes. Las imágenes en movimiento, acompañadas de música o testimonios, pueden generar una conexión emocional más fuerte con el espectador.
- **Credibilidad y confianza:** en República Dominicana es vista como un medio confiable, lo que puede reforzar la credibilidad de la institución al contar con un espacio publicitarios en este medio de comunicación masiva.

Radio:

Colocar publicidad en radio en la República Dominicana es un medio oportuno por varias razones claves:

- **Amplia penetración y accesibilidad:** sigue siendo un medio de comunicación muy accesible en todo el país, especialmente en áreas rurales y zonas donde el

B.P.L.G.

acceso a internet puede ser limitado. Esto permite que la publicidad llegue a un gran número de personas.

- Audiencia segmentada: existen emisoras de radio para diversos gustos y géneros musicales, además de programas temáticos (noticias, deportes, entretenimiento), lo que facilita llegar a audiencias específicas. La institución puede elegir emisoras y horarios que se alineen con su público objetivo.
- Costos más accesibles: suele ser más económica que en televisión, lo que la convierte en una opción atractiva para pequeñas y medianas empresas. A pesar de tener un menor costo, ofrece una alta efectividad para conectar con la audiencia.
- Movilidad y alcance: es un medio que acompaña a las personas mientras realizan diferentes actividades, como conducir, trabajar o estar en casa. Esto significa que la publicidad puede impactar a la audiencia en momentos donde otros medios no lo lograrían, como durante los desplazamientos.
- Flexibilidad e inmediatez: permite una mayor flexibilidad en la creación y adaptación de campañas publicitarias. Es posible lanzar anuncios rápidamente y ajustar el contenido según los cambios en la campaña o en el mercado.
- Confianza y relación con la audiencia: En la República Dominicana, muchos oyentes tienen una relación de confianza con los locutores y los programas de radio. Esta cercanía puede hacer que los anuncios sean más persuasivos, ya que el público tiende a confiar en lo que se promociona a través de sus emisoras preferidas.
- Alcance multiplataforma: Muchas emisoras de radio también transmiten en línea, lo que extiende el alcance de la publicidad más allá de la radio tradicional, llegando a audiencias que consumen contenido a través de internet o aplicaciones móviles.

Medio digital:

Colocar publicidad en portales digitales en la República Dominicana ha ganado relevancia en los últimos años debido al crecimiento sostenido del acceso a internet y el uso de dispositivos móviles. A continuación, algunos puntos claves que explican la razón de por qué es oportuno invertir en publicidad digital en el país y la evolución de su penetración:

- Crecimiento del acceso a internet: en los últimos años, la penetración de internet ha aumentado significativamente en la República Dominicana, impulsada por una mayor infraestructura de telecomunicaciones y el acceso masivo a teléfonos inteligentes. Según el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL), más del 80% de la población tiene acceso a internet, lo que representa una gran oportunidad para llegar a un público amplio y diverso.
- Segmentación precisa del público: a diferencia de los medios tradicionales, los portales digitales permiten una segmentación muy específica del público

objetivo. La institución puede dirigir sus anuncios según el comportamiento de los usuarios, sus intereses, ubicación geográfica y datos demográficos. Esto asegura que la publicidad llegue a las personas adecuadas, en el momento correcto.

- **Costos efectivos y control del presupuesto:** La publicidad en portales digitales ofrece una mayor flexibilidad en el control del presupuesto, permitiendo que tanto pequeñas como grandes empresas ajusten sus campañas según sus capacidades financieras. Además, se paga según el rendimiento (por clic, impresiones, o conversiones), lo que asegura un uso más eficiente de los recursos publicitarios.
- **Medición y análisis en tiempo real:** Uno de los mayores beneficios de la publicidad digital es la capacidad de medir los resultados en tiempo real. Esto permite a las empresas ajustar sus campañas de forma inmediata para mejorar su efectividad. Herramientas como Google Analytics, Facebook Insights y otras plataformas publicitarias ofrecen datos detallados sobre el comportamiento del usuario y la efectividad de los anuncios.
- **Contenido audiovisual y multimedia:** Los portales digitales permiten utilizar una variedad de formatos publicitarios, desde banners y anuncios de texto hasta videos interactivos. El video marketing, en particular, ha experimentado un auge en los últimos años debido al aumento del consumo de contenido audiovisual en plataformas como YouTube y TikTok.
- **Tendencias en los últimos años:** En los últimos cinco años, la penetración de internet ha crecido sustancialmente, y esto ha ido acompañado de una inversión más alta en publicidad digital.

Este proceso de contratación se hace acorde a los lineamientos establecidos en la Ley Núm. 340-06, sobre Compras y Contrataciones; al Decreto Núm. 416-23 y normas vinculantes.

Se presenta la siguiente guía de 22 proveedores para colocación publicidad, por un monto total de RD\$2,454,400.00:

ITEMS	RAZÓN SOCIAL	RNC/CÉDULA	MEDIO	MONTO TOTAL
1	Elisandy Joel Rivas Baez	044-0018912-4	Programa de televisión: Impacto Fronterizo. Se transmite de lunes a viernes, de 10:00 p.m. a 11:00 p.m., por Canal 6 de Dajabón-Montecristi Cable Visión y Canal 506 Rodríguez Cable Visión.	\$59,000.00
2	Félix De Jesús Franco Pérez	031-0110457-2	Programa de televisión: Espacio Abierto. Se transmite por Megavisión en	\$236,000.00

B.P.L.G.

			el horario de 8:00 a.m. a 9:00 a.m. de lunes a viernes.	
3	Amin Multimedia, EIRL	132577592	Programa de televisión: A las 12 Con Oscarlin. Se transmite de lunes a viernes, de 12:00 m. a 1:00 p.m., por Canal 10 Cotuí.	\$59,000.00
4	Rosendo De Jesús Jimenez	048-0042889-0	Programa de televisión: Enfoque. Se transmite por Yuna Visión Canal 10. De 7:00 p.m. a 8:00 p.m. de lunes a viernes.	\$47,200.00
5	Esfrain Orlando Pérez Abreu	041-0017628-0	Periódico digital: Serie41.com.	\$35,400.00
6	Ramiro Antonio Estrella Cabral	001-0440527-9	Medio digital: Apunte.com.do	\$70,800.00
7	Jhenfi Ramón Pilier Mendoza	001-1347651-9	Programa de radio: Redes del Nordeste, La Radio. Se transmite de lunes a viernes, de 11:00 a.m. a 12:00 m. por Paloma 103.9 FM.	\$47,200.00
8	Jorge Emeterio Santana García	044-0015630-5	Programa de radio: El Bonche, Noticias y Más. Se transmite por La Kalle 96.3 FM, de lunes a viernes, de 7:00 p.m. a 9:00 p.m.	\$59,000.00
9	Nushu Media, SRL	132015231	Programa de televisión: Más Cerca. Se transmite los domingos, de 10:00 p.m. a 10:55 p.m., por los canales 20 y 42 de Teleradioamerica.	\$212,400.00
10	Ayseh Business, SRL	131627781	Programa de radio: Radio Fit. Se transmite los sábados, de 2:00 p.m. a 3:00 p.m., por ZOL 106.5 FM, Radio Cadena Comercial, RCC Media.	\$153,400.00
11	Greca Medios, SRL.	130432732	Programa de televisión: La Hora Con Gregory. Se transmite por Teleimpacto, canales 52 de claro y 22 de altice, de lunes a viernes, de 8:00 p.m. a 9:00 p.m.	\$188,800.00
12	D&R Production, SRL	131459137	Programa de televisión: Bajando Duro con Vidal Diaz. Se transmite de lunes a viernes, de 4:00 p.m. a 5:00 p.m. por Cinevisión Canal 19.	\$236,000.00

B.P.L.G.

13	Manuel Anibal Alfonso De Mota	028-0064345-0	Programa de televisión: Vespertino RadioTV. Se transmite de lunes a viernes, de 5:00 p.m. a 7:00 p.m. por Tv-Higüey digital, canal 12 de Aster, 68 Aster digital, 28 de Bloom, 67 de Activa, 98 de Claro Tv y 385 de Wind Tv.	\$70,800.00
14	Cesar Napoleon Duvernay Cespedes	001-1534592-8	Programa de televisión: Ruta de Actualidad. Se transmite de lunes a viernes, de 11:00 p.m. a 12:00 a.m. a través de Metrovisión, Canal 62.	\$236,000.00
15	Jose Daniel Sanchez Saviñon	048-0063272-3	Programa de radio: Química Perfecta. Se transmite por Latina 88.7 FM, los domingos, de 10:00 a.m. a 11:00 a.m.	\$47,200.00
16	Arqui Blasdimir Matias Sanchez	402-1344240-9	Programa de televisión: En la Verdad, de lunes a viernes, de 7:00 a 8:00 pm por Telecotuí canal 10	\$59,000.00
17	Robinson Polanco Lopez	064-0026000-3	Periódico digital: Loultimo.com.do.	\$47,200.00
18	Dalia Margarita Grullón Pérez	054-0119730-5	Programa de televisión: Dalia SinRodeos. Se transmite de lunes a viernes, de 8:00 p.m. a 9:00 p.m., por TNE Canal 58.	\$70,800.00
19	Norberto Antonio Rubio	031-0450197-2	Programa de televisión: Debate Semanal. Se transmite los sábados, de 9:00 p.m. a 10:00 p.m. por Megavisión canal 2.	\$188,800.00
20	Nestor Julio Castillo Medina	085-0004956-7	Programa de televisión: Meridiano 85. Se transmite de lunes a viernes, de 8:00 p.m. a 9:00 p.m. por Yuma TV, canal 10.	\$236,000.00
21	Carlos Guzmán Goris	066-0015962-5	Programa de radio: Evangelio y Comunidad, el cual se transmite por Paloma FM 103.9, los sábados, de 1:00 p.m. a 2:00 p.m.	\$35,400.00
22	Pablo Matos Medina	001-0621176-6	Periodico digital: Elfarord.com	\$59,000.00

B.P.L.G.

La contratación de publicidad en televisión, radio y portales digitales es una inversión estratégica que responde a la función base de esta institución, que es garantizar la divulgación de información creíble y oportuna, mediante notas de prensa y materiales audiovisuales sobre las ejecutorias del presidente de la República y sus funcionarios.

Se solicita, en tal sentido, la aprobación para proceder con la contratación de los espacios publicitarios en los medios descritos.

Dado en la ciudad de Santo Domingo, República Dominicana, a los veinticuatro (24) días del mes de enero del año dos mil veinticinco (2025).

Bianca P. López

Bianca Patricia López Grullón
Analista de Comunicación y Contenido