

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.R.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

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

B.P.L.G.

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 5 proveedores para colocación publicidad, por un monto total de RD\$ 472,000.00:

| ITEMS | RAZÓN SOCIAL | RNC/CEDULA | MEDIOS | MONTO TOTAL |
|-------|---|------------|--|-------------|
| 1 | Circuito de Emisora Radio Isabel De Torres AM y FM, SRL | 105087669 | Programa de radio: Al Día con Puerto Plata. Se transmite de lunes a viernes, de 7:00 a.m. a 9:00 a.m., de 12:00 m. a 1:30 p.m. y de 5:00 p.m. a 6:45 p.m., por La Reina 98.9 FM. | \$94,400.00 |
| 2 | Millord & Minaya Comunicaciones, SRL | 131557041 | Programa de radio: Deportivo Músculo y Banca. | \$47,200.00 |

B.P.L.G.

| | | | | |
|---|------------------------------------|-----------|---|--------------|
| | | | Se transmite los domingos, de 8:00 a.m. a 10:00 a.m., por Radio Universal 650 AM. | |
| 3 | Rivera Marte & Asoc, SRL | 130562921 | Programa de televisión: Con Rafa. Se transmite de lunes a viernes, de 7:00 p.m. a 9:00 p.m. por canal TV43. | \$118,000.00 |
| 4 | Domingo Bautista & Asociados, SRL | 101591562 | Programa de radio: Domingo Latino. Se transmite los domingos, de 12:00 m. a 5:00 PM, por Hits 92.1FM. | \$118,000.00 |
| 5 | Multimedios en un 2x1 Express, SRL | 132358783 | Programa de televisión: En un 2x1 Express. Se transmite de lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 9:00 a.m., por CatorceTV canal 14. | \$94,400.00 |

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