

## INFORME JUSTIFICATIVO

### **Contratación de publicidad a través de medios de comunicación Período: 15 de marzo al 14 de mayo 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

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 25 proveedores para colocación publicidad, por un monto total de RD\$ 2,985,400.00:

ITEMS	RAZÓN SOCIAL	RNC/CEDULA	MEDIOS	MONTO TOTAL
1	Producciones Papillon Publicidad y Espectáculo, SRL	110644531	Programas de radio: Así Canta y Comenta mi País. Se transmite de lunes a viernes, de 7:30 a.m. a 9:00 a.m., por N103.5 FM y VIDA FM 104.7 (Nagua). El Club de los Típicos. Se transmite los domingos, de 2:00 p.m. a 6:00 p.m., a través de	\$118,000.00

B.P.L.G.

			N103.5 FM y HOLA 104.7 FM.	
2	Roel Payano Guerrero	402-2032536-5	Programa de radio: Calentando la Mañana. Se transmite de lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 9:00 a.m. por Paloma Fm 103.9.	\$47,200.00
3	Juan Aurelio Mercedes Beltre	082-0014828-9	Periódico digital: Miyaguatense.medios.digital.	\$118,000.00
4	Bartolo De Jesús García De León	031-0132346-1	Periódico digital: Eljacaguero.com.do	\$118,000.00
5	Titulares RM.Com, EIRL	131036996	Programa de radio: Pelando el Plátano. Se transmite de lunes a viernes, de 1:00 p.m. a 2:00 p.m., por Radio Cristal 570 AM.	\$118,000.00
6	Heriberto Paulino Castillo	048-0044041-6	<b>Programas de Televisión:</b> <b>Tópicos Diferentes:</b> lunes a jueves, de <b>1:00 p.m. a 2:00 p.m.</b> / <b>Silla Eléctrica:</b> jueves, de <b>1:00 p.m. a 2:00 p.m.</b> <b>Yuna Visión, Canal 10</b>	\$188,800.00
7	Rafael Caminero Jiménez	001-1365293-7	Programa de televisión: Lo Ideal de la Hora. Se transmite de lunes a viernes, de 12:00 m. a 1:00 p.m. por RNN, Canal 27, y por Aster, Claro y Telecable Dominicano.	\$188,800.00
8	Benny Sterling Vargas Hernández	102-0002480-9	Programa de televisión: Encuentro. se transmite de lunes a viernes de 12:00 m. a 1:00 p.m., por Xtravisión Canal 10.	\$70,800.00
9	Frecuencias Dominicanas, SAS	101888857	Programa de televisión: Nuestro Tiempo con Nurys Paulino, se transmite los sábados, de 10:00 p.m. a	\$118,000.00

D.P.L.G.

			11:00 p.m. por Frecuencias Dominicanas canal N16.	
10	Ramon Antonio Medina Gonzalez	022-0017475-9	Periódico digital: Neybainformativo.com.	\$47,200.00
11	Servicios Múltiples Veloz, SRL	130486522	Programa de televisión: El Pueblo Cuestiona. Se transmite los domingos, de 8:00 p.m. a 9:00 p.m., por Frecuencia Dominicana Canal 24.	\$188,800.00
12	José Luis Pacheco Ayala	047-0017260-6	Programa de televisión: Fogata Mañanera. Se transmite de lunes a viernes, por Microvisión, Canal 10 Telecable Central, de 7:00 a.m. a 8:00 a.m.	\$59,000.00
13	Onelio Manuel Domínguez Morel	402-2001231-0	Periódico digital: Hoynoticias.com.do.	\$59,000.00
14	Andrés Matos	001-0429955-7	Programa de televisión: Periodismo & Sociedad. Se transmite de lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 9:00 a.m. por Cinevisión, Canal 19.	\$354,000.00
15	Ramon Antonio Hernandez Reinoso	402-2010179-0	Programa de radio: Al Medio Día Con El Pueblo Siempre. Se transmite de lunes a viernes, de 12:00 m. a 1:00 p.m., por la 88.7 FM.	\$94,400.00
16	Rafael Reyes Jerez	001-0122747-8	Programa de televisión: Cara a cara. Se transmite los miércoles y viernes de 7:00 p.m. a 8:00 p.m., por los canales 2 y 79, Teleradioamerica.	\$236,000.00
17	Belly Reyes Molina	041-0009959-9	Portal Digital: Mienfoquetv8blogspot.com.	\$35,400.00
18	Pablo Chalas	025-0024344-5	Programa de televisión: Levántate con Nosotros. Se transmite de lunes a viernes,	\$59,000.00

B.P.L.G.

			de 7:00 a.m. a 8:00 a.m., por Tele Este Canal 12.	
19	Ramón Galvez Paulino	056-0059291-8	Programa de televisión: Informe con Gálvez. Se transmite de lunes a viernes, de 12:00 m. a 1:00 p.m., por Canal 12, Telenord y 312 de Telenord.	\$70,800.00
20	Murolok Marketing, SRL	131539963	Programa de televisión: Diálogo Del Pensamiento. Se transmite los Domingos de 6:00am a 7:00am, a través de Telemédios Dominicana, Canal 25.	\$354,000.00
21	Leony Edison López Novas	018-0014847-8	Programa de televisión: Realidad Social. Se transmite de lunes a jueves, de 8:00 p.m. a 9:00 p.m., por el canal 10 telecable Barahona.	\$59,000.00
22	Manuel De Jesús Carrasco Santana	023-0004016-5	Programa de televisión: En la Actualidad con Manuel Carrasco, en horario de lunes a viernes, de 8:00 p.m. a 9:00 p.m., por Mi Pueblo TV, canal 26	\$47,200.00
23	Luis Francisco Hernández Canal	048-0011632-1	Programa de televisión: En Serio. Se transmite de lunes a viernes, de 7:00 p.m. a 8:00 p.m., por Bonao TV canal 12.	\$47,200.00
24	Henry Francisco Hernandez Fabian	049-0048670-7	Programa de radio: Calentando La Mañana. Se transmite de lunes a viernes de 9:00 a.m. a 10:00 a.m. por Top Latina 95.5 FM.	\$70,800.00
25	Producciones Acosta, SRL	130176728	Programa de Televisión: Trazando Rutas. Se transmite los domingos, de 8:00 p.m. a 9:00 p.m., por los canales 20, 42, 45, Teleradioamerica y martes y jueves de 7:00 p.m. a 8:00	\$118,000.00

B.P.L.G.

			p.m. por los canales 2 y 79, Teleradioamerica.	
--	--	--	---	--

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 trece (13) días del mes de febrero del año dos mil veinticinco (2025).**

*Bianca P. López*

---

**Bianca Patricia López Grullón**  
**Analista de Comunicación y Contenido**