

## **DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES**

29/07/2025

Santo Domingo, D.N.

### **INFORME JUSTIFICATIVO PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL POR PROCEDIMIENTOS DE COMPRA DE EXCEPCIÓN.**

**CONSIDERANDO:** Que la Ley no. 340-06, de fecha dieciocho (18) del mes de agosto del dos mil seis (2006), sobre Compras y Contrataciones Públicas de Bienes, Servicios y Obras y Concesiones, y su posterior modificación contenida en la Ley No. 449-06, de fecha seis (06) del mes de diciembre del dos mil seis (2006), establece en su artículo 6, párrafo único, numeral 8, que serán considerados casos de excepción y no una violación a la ley, condiciones de que se utilicen como medios para vulnerar sus principios y se haga uso de los procedimientos establecidos en los reglamentos, la contratación de publicidad a través de los medios de comunicación social.

**CONSIDERANDO:** Que en el artículo 3, numeral 10, del Reglamento de Aplicación emitido mediante el Decreto No. 416-23 de la referida ley sobre Compras y Contrataciones Públicas, se contempla la contratación por excepción de Medios de Comunicación Social para los servicios de publicidad de carácter institucional, con apego a los requerimientos indicados por la ley y Reglamento que regula materia.

Es la misión del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC) gestionar a través de la regulación, planificación, construcción y mantenimiento de la infraestructura física requerida para el desarrollo socioeconómico sostenible de la República Dominicana, promoviendo el bienestar y la seguridad de la población a través de la planificación, regulación, supervisión y ejecución de obras públicas de calidad, en respuesta a las necesidades de desarrollo nacional.

**CONSIDERANDO:** Utilizar el Proceso de Excepción de Publicidad a través de la contratación directa de medios de comunicación con el fin de informar a la población sobre los servicios, programas y proyectos en los que trabaja el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC), y/o la publicación de mensajes institucionales según requerimiento.

***Justificación del medio de televisión seleccionado***

## **LA TELEVISIÓN**

La televisión sigue siendo un medio de comunicación fundamental debido a su amplio alcance, influencia y capacidad para transmitir mensajes de manera clara y efectiva. A continuación, se describen las principales razones de su importancia:

### **1. Alcance masivo y penetración**

La televisión es uno de los medios de comunicación más extendidos y de mayor alcance en todo el mundo. En muchos hogares, sigue siendo el principal medio de consumo de información. Es especialmente valioso ya que permite que los mensajes lleguen a una gran parte de la población, incluidos aquellos que no tienen acceso a internet o a otros medios digitales.

### **2. Impacto visual y emocional**

La televisión combina imagen, sonido y movimiento, lo que permite transmitir mensajes institucionales de manera más efectiva y emocional. Es crucial porque ayuda a captar la atención de la población y generar conciencia sobre temas relevantes, como el mantenimiento vial, la seguridad en las carreteras, el estado de las infraestructuras, y otros servicios ofrecidos por el MOPC. Los anuncios en televisión pueden generar un impacto emocional que motiva al público a actuar, adoptar comportamientos responsables y valorar el trabajo institucional.

### **3. Credibilidad y confianza**

La televisión sigue siendo percibida como un medio de comunicación confiable por gran parte de la población.

### **4. Cobertura demográfica diversa**

A diferencia de algunos medios digitales, que pueden estar más orientados a públicos jóvenes o tecnológicos, la televisión es consumida por diferentes grupos demográficos: jóvenes, adultos mayores, personas de zonas rurales y urbanas, y de diversos niveles socioeconómicos. Esto es crucial porque nos permite llegar a una audiencia diversa.

### **5. Rapidez en la difusión de mensajes**

La televisión es un medio eficaz para difundir información rápidamente. Las actualizaciones en tiempo real permiten informar de manera oportuna sobre medidas preventivas relacionadas con el tránsito, mantenimiento de vías, operativos especiales, condiciones climáticas que afecten la infraestructura, y otros temas de interés público gestionados por el MOPC.

### **6. Capacidad de influir en el comportamiento**

Gracias a su formato audiovisual, la televisión tiene una gran capacidad para influir en los comportamientos de la audiencia.

### **7. Horarios de mayor audiencia**

La televisión permite planificar la publicidad en horarios de mayor audiencia, conocidos como prime time, donde se asegura que el mensaje llegue al mayor número de personas. Nuestra estrategia es aprovechar estos momentos para maximizar el impacto del mensaje.

### **8. Accesibilidad para personas con limitaciones tecnológicas**

En algunas regiones o sectores de la población, el acceso a internet es limitado, pero la televisión sigue siendo accesible. Esto es crucial para asegurar que los mensajes lleguen a todos, independientemente de las barreras tecnológicas.

### **Conclusión**

La televisión en la República Dominicana continúa siendo un medio esencial para promover mensajes institucionales del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC), debido a su capacidad para alcanzar grandes audiencias. Su formato audiovisual genera un fuerte impacto emocional y refuerza la credibilidad del mensaje. Es una herramienta clave para informar, orientar, educar y generar conciencia ciudadana, especialmente en iniciativas que requieren una amplia difusión en corto tiempo.

## **APOYO LEGAL Y ESTRATEGICO AL COMPROMISO SOCIAL DEL ESTADO EN FORMACIO DE VALORES Y EDUCACION A LA NIÑEZ**

La contratación de publicidad institucional en el programa Pequeños Grandes Talentos se alinea no solo con criterios de impacto comunicacional, sino también con el compromiso constitucional y legal del Estado dominicano en la promoción de valores y el desarrollo integral de la niñez, según detallamos a continuación:

### **Constitución de la República Dominicana**

- Artículo 63. Derecho a la educación.

Establece que toda persona tiene derecho a una educación integral, de calidad, permanente, en igualdad de condiciones y oportunidades, con el objetivo de formar ciudadanos responsables, críticos y éticos.

- Artículo 56. Protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes.

Obliga al Estado a garantizar el desarrollo integral de la niñez y fomentar programas que promuevan sus derechos y bienestar.

### **Ley No. 136-03 (Código para la Protección de los Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes)**

- Artículo 12. Derecho a recibir información adecuada.

Los medios de comunicación deben difundir contenidos respetuosos, formativos y que promuevan valores positivos en la infancia.

- Artículo 28. Participación activa.

Establece el deber del Estado de crear espacios de participación infantil donde se desarrollen sus capacidades, cultura, arte y talentos.

### **Ley General de Educación No. 66-97**

- Artículo 5. Función formativa de los medios.

Reconoce que los medios de comunicación son actores claves en el proceso educativo, especialmente en la formación de valores y ciudadanía responsable.

### **OBJETIVO**

El programa Pequeños Grandes Talentos cumple con estas disposiciones al ofrecer un espacio donde la niñez dominicana:

- Expresa sus talentos en un entorno de respeto, disciplina y motivación.
- Se expone a contenidos positivos y educativos, que refuerzan la autoestima, el esfuerzo y el sentido de comunidad.
- Se proyecta como parte activa de una sociedad en crecimiento, bajo principios de inclusión y respeto.

El Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, como entidad comprometida con la ciudadanía, respalda iniciativas que promuevan el desarrollo humano, especialmente cuando coinciden con mandatos constitucionales y legales.

El objeto de la publicidad tiene como finalidad promover información eficaz a la población sobre lo que es y hace el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC) a favor del desarrollo y bienestar ciudadano, mediante la publicación de mensajes institucionales según requerimiento.

A continuación, los datos pertinentes:

Medio o programa	RNC	Proveedor	Monto
<b>TELEVISION</b>			
Pequeños Grandes Talentos	131520871	FUPSION	RD\$ 1,500,000.00

En definitiva, recomendamos la realización del proceso de excepción con los oferentes mencionados anteriormente, debido a sus alcances sociales y al impacto que podemos lograr, comunicando nuestros servicios y logrando un mayor acercamiento con nuestro público objetivo.

Muy atentamente,

Ska. Addis Burgos  
Directora de Comunicaciones y Prensa MOPC

