

## 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 de los medios seleccionados de televisión, radio y medios digitales.***

## **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.

## **LA RADIO**

Es un medio de comunicación con características únicas que la convierten en una herramienta importante para la publicidad. A continuación, se presentan las principales razones de su relevancia:

### **1. Alcance en áreas rurales y comunidades remotas**

La radio tiene una gran penetración en zonas rurales y comunidades remotas donde otros medios, como la televisión o el internet, pueden no estar disponibles. Esto la convierte en una herramienta esencial para llevar mensajes institucionales del MOPC a poblaciones de difícil acceso, especialmente aquellos relacionados con trabajos en ejecución, alertas viales, cierres temporales de vías, mantenimiento de infraestructuras y medidas de prevención para la seguridad ciudadana.

### **2. Accesibilidad y bajo costo**

La radio es un medio accesible para gran parte de la población, ya que no requiere una conexión a internet ni equipos costosos para sintonizarla. Esto la convierte en un medio inclusivo y de bajo costo, permitiendo que los mensajes lleguen a una audiencia más amplia, independientemente de su nivel socioeconómico.

### **3. Capacidad para llegar a audiencias móviles**

Muchos oyentes de radio consumen el contenido mientras realizan otras actividades, como conducir, trabajar o realizar tareas domésticas. Esto permite que los mensajes sean escuchados en situaciones donde otros medios no pueden alcanzar al público.

### **4. Segmentación por audiencia y programas especializados**

Existen estaciones de radio y programas con audiencias específicas, lo que permite dirigir los mensajes. Esta segmentación permite adaptar el mensaje según las necesidades del público.

### **5. Repetición y refuerzo del mensaje**

La radio permite repetir los anuncios varias veces al día, lo que refuerza el mensaje y aumenta la probabilidad de que las personas lo recuerden y actúen en consecuencia.

### **conclusión**

La radio en la República Dominicana es un medio valioso para la publicidad institucional debido a su capacidad para llegar a audiencias amplias, incluidas aquellas ubicadas en zonas rurales o con limitado acceso a otros medios. Su bajo costo, flexibilidad y capacidad de difusión rápida la convierten en una herramienta ideal para la transmisión de mensajes del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC), permitiendo informar a la población, de manera oportuna y efectiva, sobre los servicios, programas y obras que realiza la institución.

## **MEDIOS DIGITALES**

La publicidad en medios digitales ha cobrado una relevancia cada vez mayor debido al creciente uso de internet y la expansión de las plataformas digitales. Estos medios ofrecen nuevas oportunidades para difundir información clave sobre los servicios, obras y proyectos del MOPC, educar a la población en temas de seguridad vial, uso adecuado de las infraestructuras públicas, y promover comportamientos responsables de manera efectiva y segmentada. A continuación, se presentan los principales aspectos de la importancia de los medios digitales:

### **1. Efectividad del contenido multimedia**

El uso de imágenes, videos, infografías y animaciones facilita que los mensajes sean más atractivos y fáciles de comprender. Los medios digitales permiten explicar conceptos de manera visual y dinámica, lo que aumenta la comprensión y retención del mensaje.

## **2. Monitoreo y análisis en tiempo real**

Una de las principales ventajas de la publicidad en medios digitales es la capacidad de monitorear la efectividad de la campaña en tiempo real. Las plataformas permiten medir el alcance, el nivel de interacción y el comportamiento del usuario a través de métricas como el número de clics, las veces que se ha compartido un mensaje, el tiempo de visualización de un video, entre otros. Esto permite ajustar y optimizar la estrategia para maximizar el impacto.

## **3. Accesibilidad y disponibilidad constante**

A diferencia de los medios tradicionales, los mensajes en medios digitales están disponibles de manera constante. Los usuarios pueden acceder a la información en cualquier momento y desde cualquier dispositivo, lo que hace que los mensajes sean más accesibles para el público general. Esto es crucial en temas de salud que requieren información continua o actualizaciones frecuentes.

## **4. Promueve información oficial efectiva**

Los medios digitales también juegan un papel crucial en la promoción de información oficial de manera efectiva, que correctamente empleada contribuye al combatir la desinformación relacionada con temas de salud.

## **Conclusión**

La publicidad en medios digitales es fundamental para difundir los mensajes institucionales del Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC), con el fin de informar a la población sobre los servicios, programas y obras en los que trabaja la institución. Su amplio alcance, capacidad de segmentación, interactividad y flexibilidad permiten una difusión rápida y eficiente de la información, facilitando una comunicación más directa y efectiva con la ciudadanía.

## **REVISTAS**

Sigue siendo un medio importante y efectivo para transmitir mensajes clave a audiencias específicas. A pesar de la creciente influencia de los medios digitales, las revistas conservan un lugar relevante en la comunicación debido a sus características únicas. A continuación, se explican las principales razones de su importancia:

### **1. Audiencia segmentada y específica**

Las revistas tienden a atraer a lectores con intereses particulares, como estilo de vida, bienestar, deporte, maternidad, y más. Esto permite que la publicidad sea dirigida a un público claramente definido.

### **1. Espacios de contenido extenso y detallado**

A diferencia de otros medios más rápidos o breves, las revistas permiten la inclusión de contenido detallado, explicativo y extenso. En lugar de mensajes breves y directos, las campañas en revistas pueden incluir gráficos, infografías, estudios de casos o entrevistas con expertos para educar al lector de manera más profunda.

### **2. Durabilidad y tiempo de exposición prolongado**

Los anuncios en revistas tienen una permanencia más larga. Las revistas suelen ser conservadas por los lectores durante semanas, meses, o incluso años, lo que significa que el mensaje puede ser visto varias veces a lo largo del tiempo. Esto aumenta la probabilidad de que el mensaje sea recordado y asimilado.

### **3. Audiencia comprometida**

Los lectores de revistas suelen ser más comprometidos con el contenido, en comparación con quienes consumen medios más fugaces como las redes sociales o la televisión. Al dedicar más tiempo a la lectura, los lectores están más abiertos a profundizar en temas importantes como la salud. Esto permite que la publicidad sea más efectiva, ya que los lectores son más receptivos a mensajes que promuevan cambios de comportamiento o concienciación sobre temas relevantes.

### **4. Mayor segmentación demográfica**

Las revistas permiten llegar a audiencias demográficas bien definidas. Existen publicaciones para personas de diferentes edades, socioeconómicos e intereses. Esto permite que la campaña institucional pueda ser diseñada de manera personalizada para un grupo específico.

### **Conclusión**

La publicidad en revistas sigue siendo una herramienta valiosa debido a su capacidad para llegar a audiencias segmentadas, su alto nivel de credibilidad, y la posibilidad de profundizar en temas complejos con calidad visual. Las revistas ofrecen un entorno ideal para campañas detalladas y persuasivas que requieren más tiempo de exposición y un enfoque más reflexivo, lo que las convierte en un canal efectivo para transmitir mensajes de salud.

### **OBJETIVO**

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, el listado de medios propuestos:

**LISTA DE MEDIOS 2025**

Medio o programa	RNC	Proveedor	Monto mensual	Tiempo	Provincia	Teléfono
<b>TELEVISION</b>						
Manaclar Televisión, S.R. L	132-89971-7	Manaclar Televisión S.RL	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Baní	829-522-0110
Revista en Tv/ Azua Tv	010-0004280-2	Cristian Daniel Pérez	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Azua	809 -727-3229
Síntesis TV / Canal 10	012-0054407-8	Pedro Pablo Mateo de los Santos	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Azua	809- 907-3170
Avance Municipal / Canal 19	132193377	Actualidad Diaria RD, S.R.L	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Multi provincias	809- 990-0939
Pedro Heredia Informa / Limón RTV Canal 56	001-1173176-6	Pedro Nolasco Pérez Heredia	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Pedernales	829-465-4902
Limón RTV canal 56	069-000-6076-2	Manuel Gonzalez Feliz	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Barahona	809-609-2788
<b>RADIO</b>						
Acción Mañanera / Acción de la Tarde – Palma 90.7 FM	132878396	1959 Media S.R.L	RD 200,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Baní	809-524-4040

Dos En la Tarde / Radio Santomé 100.7 FM	012-0006496-0	Victor Ramon Piña Campora	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	San Juan de la Maguana	809-866-2556
Ternura Informa / Ternura FM	010-0100871-1	Delis de los Santos Reyes Vargas Beltre	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Azua	829-962-7070
Ternura FM S.R.L	1-16-01114-4	Ternura FM, S.R.L	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Azua	809-521-1324
El Debate Mañanero / Ternura FM	010-0112133-2	Ruddy Vázquez Beltre	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Azua	809-924-3726
Enterese – Santome 100.7 FM	012-0049843-2	Fernando Romero Lebron	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	San Juan	809-916-2080
Lago FM, Brutalmente Joven y Te sientto FM	132-72366-1	Grupo de Comunicacione s Vision Futuro S.R.L	RD\$ 50,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Barahona	849-405-7919
<b>DIGITALES</b>						
Elocoeño.com	132-276027	Fremarex S.R.L	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	San José de Ocoa	829-910-7000
Elcabledigital.net	012-0068891-7	Miguel Angel Geraldo Gonzalez	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	San Juan	809-953-4917

Enfoquedel sur.net	4021578443-6	Ruben Reyez Ramon	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	San Juan	809-429-3926
Las calientes del sur	012-00964813	Valerio Mateo Rosario	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	San Juan	829-601-4838
Tirapiedras.com	01001137809	Rafael Enrique Mejia Mora	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Azua	809-924-3726
Azuanoticias.com	010-0098220-5	Yojansi Alexander Nova Roso	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Azua	829-640-2098
Primer Momento	003-00629896	Luis Octavio de los Santos Lugo	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Baní	809-383-8971
Diario Visión	16700002450	Edgar Arcadio Heredia Perez	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Barahona	809-993-8555
Monterronoticias.com	22500302850	Jaisy Segura Rosario	RD\$ 40,000.00	15 de agosto al 15 de octubre (dos meses)	Azua	849- 638-4080

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,

Sta. Aida Borjas  
Directora de Comunicaciones y Prensa MOP

