



Informe justificativo del uso de la excepción

18 de septiembre de 2025

El propósito de este informe es sustentar la pertinencia legal, técnica y económica de aplicar el mecanismo excepcional para la contratación de la empresa BRANDLIGHT, S.R.L., con miras a garantizar la eficiencia, oportunidad y efectividad en la difusión de la comunicación institucional.

El artículo 6 de la Ley 340-06, en su numeral correspondiente, establece que las instituciones podrán recurrir a procedimientos excepcionales cuando, por la naturaleza del bien o servicio, la contratación solo pueda ser realizada de manera exclusiva con determinados proveedores, o bien cuando la urgencia e interés público hagan inviable el proceso competitivo ordinario.

En este caso, la contratación se ampara en la causal de exclusividad de los medios de difusión seleccionados, toda vez que las pautas publicitarias en los canales televisivos, radiales y digitales propuestas son administradas de manera directa por el proveedor o sus concesionarios exclusivos, imposibilitando la concurrencia de otros oferentes para la prestación de este mismo servicio.

Objeto de la contratación

La contratación persigue la colocación de cuñas publicitarias institucionales y difusión digital en medios de alcance nacional y comunitario, para un período de seis (6) meses durante el año 2025, incluyendo:

Medios televisivos: Ecovisión, TV Éxitos y Telecontacto.

CG

Medios radiales: Radio Nacional 1380 AM y Salserísima.

Medio digital: Radar24 (con 300 cuñas mensuales, banners y publicaciones en redes sociales).

Monto total de la inversión: RD\$2,499,240.00 (incluye ITBIS).

Justificación de la excepción

La excepción se justifica en los siguientes aspectos:

a) Exclusividad de los medios

Los canales televisivos y radiales indicados administran directamente sus espacios publicitarios, no existiendo intermediarios habilitados para ofrecerlos de manera competitiva. Igualmente, el medio digital Radar24 posee su propia plataforma de contenidos y pauta, lo que limita la contratación a través de un proveedor único.

b) Interés público e institucional

El plan de comunicación institucional requiere garantizar el alcance masivo, cultural, educativo y comunitario en audiencias específicas, en un plazo determinado y con continuidad. La imposibilidad de replicar la misma cobertura con otros oferentes hace necesaria la contratación directa con la empresa propuesta.

c) Oportunidad y eficiencia

La ejecución inmediata de la campaña es esencial para el cumplimiento de los objetivos institucionales de difusión, lo cual no sería posible mediante un proceso ordinario de licitación pública, por los plazos de convocatoria, presentación y evaluación que retrasarían su implementación.

Evaluación técnica y económica

La propuesta presentada por BRANDLIGHT, S.R.L. cumple con los criterios de cobertura, frecuencia, segmentación y costo/beneficio en relación con los objetivos institucionales:

Cobertura nacional y comunitaria: televisión cultural, radio de alcance masivo y plataforma digital con presencia activa en redes sociales.

Continuidad y frecuencia: 10 cuñas diarias por programa, 300 cuñas mensuales y publicaciones digitales programadas.

Costo razonable: inversión total de RD\$2,499,240.00 para seis meses, acorde con tarifas de mercado para campañas institucionales de este alcance.

En virtud de lo expuesto, y considerando lo establecido en la Ley No. 340-06, su modificación 449-06 y el Reglamento de Aplicación, se concluye que procede la aplicación de la excepción por exclusividad, dado que los medios de difusión objeto de la contratación son administrados directamente por el proveedor propuesto, imposibilitando la realización de un proceso competitivo. Se recomienda formalizar la contratación con BRANDLIGHT, S.R.L. para garantizar la difusión efectiva de la publicidad institucional en los plazos y condiciones requeridos.



Carlos Arturo Guisarre

Director de Comunicaciones

