

Proceso de Excepción Contratación De Espacios En Diferentes Medios de Este Instituto Dominicano Para La Calidad

1. Introducción

El presente informe tiene como finalidad justificar la procedencia de un **Proceso de Excepción Selección Directa Para Contratación De Publicidad a Través De Medios De Comunicación Social** de conformidad con lo establecido en la Ley 47-25 de Contrataciones públicas.

Dicho proceso resulta necesario para garantizar el cumplimiento de los objetivos institucionales de difusión, orientación ciudadana y posicionamiento estratégico, los cuales requieren la publicación de mensajes en **medios que poseen derechos exclusivos sobre sus audiencias, frecuencias, plataformas y contenidos.**

2. Fundamentación Legal

2.1 Ley 47-25

El **numeral 7 del artículo 78** establece **Excepciones por selección directa**. La contratación por selección directa es el procedimiento objetivo que se adjudica sin previamente realizar un llamado público y abierto para competición entre otros oferentes. La institución contratante deberá justificar mediante acto administrativo debidamente motivado, los elementos objetivos que sustentan la selección de esa persona natural o jurídica, es decir, las razones por las que se considera que la propuesta o la persona seleccionada es la más idónea para ejecutar el contrato. Justificándose esta contratación en el numeral 4.

3. Justificación Técnica

3.1 Naturaleza exclusiva de los medios

Los medios seleccionados (digitales y televisivos) poseen características que los convierten en proveedores únicos:

- **Medios televisivos:** Cada canal y emisora es titular exclusivo de su señal, frecuencia y parrilla de programación. No existen intermediarios autorizados para vender sus espacios comerciales.
- **Medios digitales:** Los portales web, redes y plataformas seleccionadas poseen audiencias segmentadas propias, herramientas de segmentación, dominios exclusivos y modelos de

publicación que solo pueden ser comercializados por el propietario del medio o su representante autorizado.

3.2 Relevancia para los objetivos institucionales

La campaña propuesta requiere:

- Alcanzar audiencias específicas, debidamente segmentadas.
- Garantizar visibilidad en medios con alto nivel de credibilidad y alcance.
- Difusión simultánea en múltiples formatos de comunicación.
- Control de mensaje y oportunidad.

Esto solo es posible contratando directamente en **los medios que concentran esas audiencias**, sin posibilidad de sustitución por equivalentes.

4. Análisis de Imposibilidad de Competencia

No procede un proceso competitivo (licitación o comparación) debido a que:

1. **Cada medio es un proveedor único** de sus propios espacios publicitarios.
2. No existen alternativas equivalentes que permitan sustituir la audiencia, la marca o la señal.
3. Los espacios no pueden ser comparados entre proveedores, ya que no compiten entre sí (un canal de TV no puede sustituir a otro, ni una revista a otra).
4. La contratación a través de agencias intermediarias no elimina la exclusividad del medio y, en la mayoría de los casos, incrementa el costo y limita la negociación directa.

Por lo tanto, se configura plenamente el **criterio de Contratación Directa** exigido por la Ley 47-25.

5. Proveedores Únicos Identificados

Los proveedores a contratar son los propietarios o representantes únicos de los medios específicos en los cuales se difundirá la campaña. Cada uno de estos proveedores es titular de:

- Frecuencia (TV)
 - Plataforma digital y dominio (medios digitales)
-

6. Conclusión y Recomendación

Con base en lo expuesto, y conforme a lo establecido en la **Ley 47-25**, se concluye que:

- Existe **exclusividad comprobada** para la adquisición de espacios publicitarios en cada uno de los medios propuestos.
- No procede un proceso competitivo debido a la naturaleza no sustituible de dichos espacios.
- Es necesario realizar un **Proceso de Excepción** con los proveedores propietarios de los medios donde se difundirá la campaña institucional.

Por tanto, se recomienda continuar con la tramitación del procedimiento de excepción y la contratación directa de los medios previamente identificados.



Cristian Mota
Director de Comunicaciones