



**SUPERINTENDENCIA
DE BANCOS**
REPÚBLICA DOMINICANA

Departamento de Comunicaciones

Informe pericial justificativo, términos de referencias y estudios previos, que recomienda al Comité de Compras el uso del procedimiento de excepción por publicidad, para la contratación de servicios publicitarios en televisión, radio y plataformas digitales en medios de comunicación de alcance nacional.

Marzo 2026

1. Objetivo del documento

El presente informe pericial busca fundamentar y recomendar al Comité de Compras el uso de la excepción establecida en el marco legal vigente para la contratación de servicios publicitarios. Esta recomendación se orienta a la adquisición de espacios en televisión, radio y plataformas digitales en medios de comunicación con cobertura nacional, con el propósito de garantizar una amplia difusión de las campañas educativas dirigidas a los usuarios y las usuarias de los servicios financieros y la ciudadanía en general, así como de las informaciones sobre los servicios institucionales, conforme a la misión de la SB.

Asimismo, este documento busca justificar la pertinencia de esta modalidad de contratación, debido a las características particulares del servicio requerido y la necesidad de asegurar la eficacia, oportunidad y alcance de las campañas publicitarias. La presente contratación contribuye al cumplimiento de los objetivos estratégicos *5.1 Promover mejoras en la protección, provisión de información y salud financiera de los usuarios del sistema*; y *5.2 Aumentar la visibilidad, uso y alcance de los servicios de ProUsuario*, del eje estratégico No. 5. *Protección y salud del usuario financiero*, de esta Superintendencia de Bancos.

2. Antecedentes

La Superintendencia de Bancos ha sostenido una línea de acción coherente y permanente en materia de comunicación institucional, reconociendo su importancia como soporte fundamental para el cumplimiento de su misión. En ese marco, ha desarrollado campañas formativas, preventivas y orientadoras dirigidas a distintos segmentos de la población, con especial énfasis en los usuarios y usuarias del sistema financiero. Estas iniciativas buscan, entre otros objetivos, promover la educación financiera, incentivar el uso responsable de productos y servicios financieros, y fortalecer la confianza de la ciudadanía en las instituciones que conforman el sistema financiero nacional.

En el cumplimiento de su rol institucional, la Superintendencia de Bancos reconoce que la educación financiera – a través de campañas formativas, preventivas y orientadoras - constituye un instrumento estratégico para el fortalecimiento del sistema financiero nacional. En consecuencia, la educación financiera se erige como un componente esencial de la arquitectura institucional, orientada a preservar la integridad, la inclusión y la sostenibilidad del sistema financiero.

La ejecución de estas campañas supone una estrategia de difusión multicanal, aprovechando los medios de comunicación masivos como la televisión, la radio y las plataformas digitales, a fin de garantizar un alcance amplio, transversal y efectivo. Esta combinación de canales permite adaptar los mensajes a distintos públicos, logrando una mayor penetración y recordación. Además, ha permitido posicionar a la Superintendencia de Bancos como una entidad comprometida con la orientación al usuario, la transparencia informativa y el acceso oportuno a contenidos de interés social.

En el desarrollo de estas acciones, la SB se apoya en diversos medios de comunicación que han facilitado la implementación fluida de las campañas y han contribuido a consolidar una presencia institucional sostenida en la opinión pública. Estas alianzas han sido fundamentales para maximizar el impacto de los mensajes, al tiempo que se garantiza su coherencia con los objetivos estratégicos de la institución. Todo esto se enmarca dentro de una cultura institucional que valora la rendición de cuentas y la calidad del servicio público, reconociendo el papel clave que juega la comunicación para construir una relación de confianza con los usuarios del sistema financiero y con la sociedad en general.

3. Justificación del uso de la excepción por publicidad y descripción del requerimiento

Mediante el presente informe, hacemos constar que la Superintendencia de Bancos, en su rol de organismo supervisor y garante de la estabilidad del sistema financiero, considera necesario, en virtud de su experiencia previa, de proceder con la gestión de servicios publicitarios por excepción, con el fin de informar, educar, proteger y sensibilizar a los ciudadanos sobre sus derechos y deberes financieros. Para ello, se utilizarán diversos canales de comunicación, tanto digitales como radiales y televisivos, con diferente segmentación, contenido y cobertura, asegurando un alcance efectivo de diversas audiencias y zonas geográficas.

Con esta contratación publicitaria, también se logrará una mayor difusión de las campañas educativas de ProUsuario. Esto contribuirá a mejorar la inclusión financiera, la bancarización, la protección y el bienestar del consumidor.

La contratación de estos servicios se realizará a través del procedimiento de excepción por publicidad, en cumplimiento con los requerimientos de excepción establecidos en la Ley núm. 47-25, de contrataciones públicas y su Reglamento de Aplicación núm. 52-26. Este proceso permitirá informar de manera más efectiva, optimizar los resultados, incrementar la visibilidad institucional y fortalecer el contacto con los principales grupos de interés, con el fin de alcanzar los objetivos y estrategias en curso.

En este sentido, con el objetivo de garantizar la transparencia, se plantea la contratación de los siguientes medios, los cuales cuentan con alto alcance, gran exposición en redes sociales o especialización en el mercado económico y financiero:

NO.	NOMBRE DEL PROGRAMA	RNC	RAZÓN SOCIAL	TIPO DE MEDIO	PRODUCTOR
1	El Informe con Alicia Ortega	102-00149-9	CORPORACIÓN DOMINICANA DE RADIO Y TELEVISIÓN S.R.L	Televisión	Alicia Ortega
2	N Investiga	102-00149-9	CORPORACIÓN DOMINICANA DE RADIO Y TELEVISIÓN S.R.L	Televisión	Nuria Piera
3	McKinney	102-00149-9	CORPORACIÓN DOMINICANA DE RADIO Y TELEVISIÓN S.R.L	Televisión	Pablo McKinney

4	Telematutino 11	101-02254-1	TELESISTEMA DOMINICANO S.A.S	Televisión	Ramón Núñez Ramírez
5	La cosa como es	025-0002879-6	EDITH ARGENTINA FEBLES BATISTA	Televisión	Edith Febles
6	55 Minutos con Julissa Céspedes	101-76653-2	CADENA DE NOTICIAS TELEVISIÓN, SA	Televisión	Julissa Céspedes
7	El Noticiero De José Gutiérrez	101-76653-2	CADENA DE NOTICIAS TELEVISIÓN, SA	Televisión	José Gutiérrez
8	Esta Misma Semana	101-52509-6	TELEDUCA SRL	Televisión	Luis Eduardo Lora Iglesias (Huchi Lora)
9	Una Nueva Mañana	130-78235-2	CAC MEDIA, SRL	Televisión	Colombia Alcantara
10	12 y 2	101-15434-9	LA 91 F M S.R.L	Radio	José Guillermo y Dominic Fuentes
11	El Matutino	101-15434-9	LA 91 F M S.R.L	Radio	Sergio Carlo y Karina Larraurri
12	Impacto Deportivo	132-29043-7	FRANKLIN MIRABAL, S.R.L	Radio	Franklin Mirabal
13	El Rumbo de la tarde	101-70304-2	RUMBA, S.R.L	Radio	Ruddy González y George Rodríguez
14	Almomento.net	130-78468-1	NOTICIAS AL MOMENTO, S.R.L	Digital	Saúl Pimentel
15	Robertocavada.com	130-37703-2	HIERBABUENA ENTRETENIMIENTOS, S.R.L	Digital	Roberto Cavada
16	Eldinero.com.do	131-15066-7	EDITORIAL CM, SAS	Digital	Jairon Severino

4. Alcance de los servicios a contratar

A través de la contratación publicitaria de estos espacios, la Superintendencia de Bancos podrá tener una presencia a nivel nacional. Al abarcar plataformas radiales, televisivas y digitales, se logrará una amplia exposición y visibilidad, con presencia en distintos horarios de transmisión y cobertura continua las 24 horas en el ámbito digital.

El contenido a presentar incluirá videos, avisos informativos, cuñas radiales, banners digitales, imágenes, y mensajes educativos sobre los servicios, funciones y temas de interés ciudadano vinculados al sistema financiero. Estos materiales estarán diseñados para adaptarse al formato de cada canal, asegurando una comunicación efectiva y coherente en todos los medios utilizados.

5. Plazo y cronograma de entrega del servicio

La vigencia del contrato será de un plazo de **seis (6) meses** desde la firma del contrato y/o hasta agotar la partida presupuestaria, del presupuesto destinado para esta contratación.

Las colocaciones publicitarias se realizarán a requerimiento de la Superintendencia de Bancos, a través de su Departamento de Comunicaciones.

6. Estudio previo de la contratación

El presupuesto destinado para esta contratación asciende a OCHO MILLONES OCHOCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL PESOS DOMINICANOS CON CERO CENTAVOS (DOP\$8,865,000.00).

Para este proceso se tomaron como referencia propuestas y cotizaciones de los proveedores de publicidad. Ver recuadro a continuación:

Costo de la contratación para el 2026 (a ejecutar)

Ref.	Descripción de la contratación 2026	Cantidad	Costo DOP	Total, DOP
1	El Informe con Alicia Ortega	6	267,500	1,605,000
2	N Investiga	6	225,000	1,350,000
3	McKinney	6	90,000	540,000
4	Telematutino 11	6	100,000	600,000
5	La cosa como es	6	90,000	540,000
6	55 Minutos con Julissa Céspedes	6	100,000	600,000
7	El Noticiero De José Gutiérrez	6	60,000	360,000
8	Esta Misma Semana	6	60,000	360,000
9	Una Nueva Mañana	6	75,000	450,000
10	12 y 2	6	60,000	360,000
11	El Matutino	6	60,000	360,000
12	Impacto Deportivo	6	50,000	300,000
13	El Rumbo de la Tarde	6	90,000	540,000
14	Almomento.net	6	60,000	360,000
15	Robertocavada.com	6	50,000	300,000
16	Eldinero.com.do	6	40,000	240,000
Total			DOP 8,865,000	

7. Forma y método de pago

El pago se realizará de manera mensual, según lo consumido durante los seis (6) meses de la contratación, con 30 días a crédito luego de brindar el servicio, depositar la factura y estar al día en el pago de impuestos.

El proveedor deberá sustentar la colocación publicitaria mediante un monitoreo, emitido por una empresa autorizada o por el canal donde transmite su programa.

8. Tipo de contrato a celebrar

Conforme a las justificaciones previamente expuestas, se establece que el procedimiento aplicable es la excepción por publicidad en medios o plataformas de comunicación social y digital, bajo contrato de servicio.

9. Los criterios sociales, ambientales y económicos asociados a la contratación

Las actividades a desarrollar en esta contratación no son consideradas actividades de alto impacto social ni al medio ambiente, ya que las que se consideran de altos riesgos son aquellas de larga duración y/o que requieran la paralización de un área de trabajo, donde se ejecuten demoliciones de estructuras, izaje de carga, trabajos en espacios confinados, trabajos en altura de larga duración, actividades que conlleven altos riesgos de incendios, entre otras que, por su implicación, afecten de manera directa o indirecta un área de trabajo.

Para mitigar cualquier riesgo solicitamos a los proveedores interesados el requisito de remitirnos una carta compromiso de Seguridad y Gestión Ambiental a los fines de cumplir con estos requerimientos.

El presente informe se elabora en cumplimiento al artículo 87 de la Ley núm. 47-25 de contrataciones públicas, en la cual establece que todo procedimiento de contratación deberá estar sustentado en estudios previos, de conformidad con políticas, manuales, guías u orientaciones normativas dictadas por la Dirección General de Contrataciones Públicas o las regulaciones especiales aplicables al objeto contractual.

10. Garantías requeridas para el procedimiento de selección

En caso de que la oferta económica adjudicada sobrepase el equivalente en pesos dominicanos de Diez Mil Dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (USD10,000) los adjudicatarios(as) deberán constituir previamente a la elaboración del contrato, una garantía de fiel cumplimiento de contrato en favor de la Superintendencia de Bancos de la República Dominicana para asegurar que cumplirá con las condiciones y cláusulas establecidas en el pliego de condiciones, las especificaciones técnicas, la oferta adjudicada y el propio contrato.

En esos casos, corresponderá al adjudicatario(a) presentar en un plazo no mayor de cinco (5) días hábiles una garantía de tipo Póliza de Fianza o Garantía Bancaria por el equivalente al cuatro por ciento (4 %) del monto de la adjudicación. Si se trata de un adjudicatario certificado como MIPYME, el equivalente será uno por ciento (1 %) del monto de la adjudicación y solo le será exigida la fianza de seguro. Si se trata de un adjudicatario extranjero, el plazo para presentar la garantía es de diez (10) días hábiles.

11. Perfil de los peritos

Alexis David Jiménez Villanueva

Se desempeña como Especialista Senior de Análisis de Datos en la Superintendencia de Bancos, función en la que gestiona de manera integral informes y reportes estadísticos de proyectos y procesos del Departamento de Comunicaciones. Posee una amplia experiencia en el registro y planificación de la colocación publicitaria institucional, elabora reportes de los proyectos POA del departamento y los indicadores de desempeño asociados a las distintas áreas de comunicación interna y externa. Además, de consolidar las bases de datos de los procesos de comunicaciones, reportes, gráficos estadísticos, diagnósticos y proyecciones.

Iván Aquiles Mercado Pimentel

Forma parte del equipo de la Superintendencia de Bancos desde el año 2004, desempeñándose como Diseñador Gráfico. Su labor está orientada a la conceptualización, diseño y adaptación de piezas gráficas utilizadas en las distintas campañas institucionales. Asimismo, colabora estrechamente con los medios de comunicación, ajustando los artes a los formatos técnicos requeridos por cada canal, con el objetivo de garantizar la correcta difusión de los mensajes institucionales y la coherencia visual de la marca.

Raquel America Santana Campos

Abogada senior del Departamento de Consultoría Jurídica y Cumplimiento de la Superintendencia de Bancos, profesional del Derecho con especialización en el ámbito bancario y financiero, con más de tres décadas de experiencia en la Superintendencia de Bancos de la República Dominicana. Experta en análisis jurídico especializado, aplicación e interpretación de normativa financiera, evaluación de riesgos legales y seguimiento a procesos regulatorios complejos. Posee una sólida trayectoria en la elaboración de dictámenes técnicos, diseño y revisión de marcos normativos, gestión de cumplimiento y asesoramiento jurídico en materia regulatoria. Su ejercicio profesional se caracteriza por un enfoque metodológico riguroso, precisión argumentativa, sólida ética institucional y compromiso con el fortalecimiento y estabilidad del sistema financiero nacional.

La designación de estos expertos se basa en su experiencia y conocimientos especializados, garantizando un análisis completo y riguroso de la materia objeto de estudio en el presente informe pericial.

12. Justificación legal del requerimiento.

El artículo 78, numeral 7 de la Ley núm.4725 de Contrataciones Públicas, de fecha veintiocho (28) de julio del dos mil veinticinco (2025), establece que:

“Serán considerados como tipos de procedimientos de excepción la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital. Siempre y cuando la institución contratante realice la contratación directamente con los medios o plataformas sin hacer uso de intermediarios.

En ese mismo orden, el artículo 167 del Reglamento de Aplicación de la referida ley, instruido por el Decreto núm. 52-26, de fecha 28 de enero del dos mil veintiséis (2026), establece que la contratación directa de publicidad solo procede bajo las siguientes condiciones:

- 1. Que la orden de compra o el contrato se emita o se suscriba directamente con el medio de comunicación o la plataforma digital titular del espacio, programa o canal de (prensa, radio, televisión, sitio web, red social, plataforma de streaming, entre otros).*
- 2. Que el medio o la plataforma esté legalmente constituido y registrado ante la autoridad competente, cuando corresponda.*
- 3. Que no exista intermediación comercial, agencias o representantes que encarezcan o distorsionen los precios del servicio.*
- 4. Que la contratación esté alineada con las normas y políticas de publicidad pública del Poder Ejecutivo, en el caso de instituciones contratantes orgánicamente pertenecientes a este poder.*
- 5. Que la creación del contenido publicitario no se encuentre incluido dentro del alcance de esta excepción.*

Considerando las motivaciones expuestas en este documento, la necesidad descrita se enmarca en lo provisto en la Ley como un caso de excepción por Publicidad y no constituye una violación de sus formalidades y plazos. En ese sentido, se somete a la autorización del Comité de Compras de esta institución, las motivaciones y justificaciones anteriores para la recomendación del uso de la excepción, en cumplimiento con la Ley de Compras y Contrataciones núm. 47-25 y del Reglamento de Aplicación de La Ley.

13. Conclusión

La contratación de espacios publicitarios en medios de comunicación de alcance nacional se presenta como una acción necesaria y oportuna para garantizar la difusión efectiva de los mensajes institucionales de la Superintendencia de Bancos. Esta medida responde al interés de fortalecer la comunicación con la ciudadanía y contribuir al cumplimiento de los fines estratégicos del organismo. Por lo que se somete a la autorización del Comité de Compras de esta institución, las motivaciones y justificaciones anteriores para

la recomendación del uso de la excepción por publicidad, en cumplimiento con el artículo 78 de la Ley núm. 47-25, numeral 7, y del artículo 167 del Reglamento de Aplicación núm. 52-26.

Asimismo, se reafirma el compromiso con una gestión transparente, eficiente y alineada con el marco legal vigente, promoviendo prácticas administrativas que aseguren el uso adecuado de los recursos públicos. En este contexto, se considera viable y justificada la aplicación de la excepción solicitada, en aras de garantizar la calidad, el alcance y la oportunidad de los servicios requeridos.

En observancia a la Ley núm. 47-25 de contrataciones públicas y su Reglamento de Aplicación núm. 52-26, y al Código de Pautas y Ética e Integridad del Sistema Nacional de Contrataciones Públicas, los firmantes de este informe correspondiente al procedimiento de compras de referencia declaramos que: i) no existe interés personal, directo o indirecto, que haya influido en el resultado del procedimiento de compras; ii) no se mantienen ni se han mantenido relaciones laborales, comerciales o de cualquier índole con las partes involucradas que pudieran comprometer la objetividad o imparcialidad en el desempeño de nuestras funciones en la elaboración de este informe; iii) la participación en este proceso responde estrictamente a criterios técnicos y profesionales, cumpliendo con las disposiciones legales y reglamentarias aplicables. Los firmantes nos hemos comprometido a actuar con transparencia, ética y profesionalismo en esta evaluación pericial, garantizando la independencia de la evaluación y análisis realizados.

Firmada digitalmente por:

Alexis David Jiménez Villanueva

Especialista senior de análisis de datos del Departamento de Comunicaciones
(Perito técnico)

Iván Aquiles Mercado Pimentel

Diseñador gráfico del Departamento de Comunicaciones
(Perito técnico)

Raquel América Santana Campos

Abogada senior de derecho bancario del Departamento de Consultoría Jurídica y Cumplimiento
(Perito legal)



Documento firmado digitalmente por:

Alexis David Jiménez Villanueva (VB) (23/03/2026 AST), Iván Aquiles Mercado Pimentel (VB) (24/03/2026 AST)

Raquel América Santana Campos (VB) (24/03/2026 AST)

<https://www.viafirma.com.do/inbox/app/sib/v/374b9bd6-9e65-4a87-9630-58fcb298c710>