

REPÚBLICA DOMINICANA
MINISTERIO ADMINISTRATIVO DE LA PRESIDENCIA
DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL — DIECOM

INFORME DE ESTUDIOS PREVIOS
PROCEDIMIENTO DE EXCEPCIÓN POR EXCLUSIVIDAD
 Art. 87 y 88, Ley núm. 47-25 sobre Contrataciones Públicas

**"SERVICIO ESPECIALIZADO DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL
 PARA DISEÑO, EJECUCIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN DE ACCIONES DE
 POSICIONAMIENTO, RELACIONAMIENTO PÚBLICO Y GESTIÓN DE MENSAJES CON
 ENFOQUE DE RESULTADOS"**

Institución Contratante	Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental (DIECOM)
Modalidad	Procedimiento de Excepción por Exclusividad
Tipo de selección	Competitiva
Ref. del Proceso	Servicio especializado de comunicación estratégica institucional para diseño, ejecución, monitoreo y evaluación de acciones de posicionamiento, relacionamiento público y gestión de mensajes con enfoque de resultados.
Número de Lotes	Cuatro (4)
Presupuesto Total Estimado	RD\$ 1,504,000,000.00
Fundamento Legal	Art. 78 num. 5, Art. 87 y Art. 88, Ley 47-25; Decreto 52-26
Lugar	Santo Domingo, Distrito Nacional
Año	2026

JA


I. MARCO LEGAL DE LOS ESTUDIOS PREVIOS

Art. 87, Ley 47-25

"Todo procedimiento de contratación deberá estar sustentado en estudios previos, de conformidad con lo dispuesto por los reglamentos de aplicación de la presente ley y con las regulaciones especiales aplicables al objeto contractual, los que deben determinar, como mínimo, lo siguiente: 1) La necesidad que atender; 2) El costo estimado del bien, obra o servicio a contratar; 3) La determinación del tipo de contrato a celebrar; 4) La estimación, tipificación y asignación de los riesgos previsibles; 5) Las garantías requeridas; y 6) Los requisitos de calificación que permitan asegurar las condiciones profesionales, técnicas y financieras para satisfacer el objeto contractual."

Art. 88, Ley 47-25

"Las instituciones contratantes deberán agotar para la realización de los estudios previos, una vez definida la necesidad y objeto de la contratación, de manera enunciativa y no limitativa, una o varias de las actuaciones siguientes: 1) Estudios de mercado; 2) Consultar los catálogos de bienes y servicios y sistemas de información de precios; 3) Consultar personas con conocimiento especializado sobre el objeto del potencial contrato; 4) Publicar una solicitud de información para que el mercado provea comentarios; 5) Contactar otras instituciones contratantes con experiencia previa; 6) Revisar catálogos de proveedores; y 7) Verificar publicaciones de carácter técnico-científico."

Art. 78 num. 5, Ley 47-25

"Bienes o servicios con exclusividad. Son las contrataciones de aquellos bienes, servicios y obras que por su especialidad solo pueden ser suplidos por un número limitado de proveedores que pueden atender el requerimiento, que en ningún caso podrá ser mayor a cinco (5)."

Art. 79, Ley 47-25

"El uso de cualquiera de las excepciones a los procedimientos ordinarios de selección deberá estar siempre justificado y debidamente motivado mediante resolución del Comité de Contrataciones Públicas de la institución contratante para aprobar el inicio de su ejecución, previo informes técnicos y jurídicos que motiven y justifiquen su uso."

El presente informe de estudios previos ha sido elaborado en cumplimiento estricto de los artículos 87 y 88 de la Ley núm. 47-25 sobre Contrataciones Públicas y el artículo 85 del Decreto núm. 52-26 (Reglamento de Aplicación), y consta en el expediente administrativo del procedimiento como documento fundante y obligatorio. Ha sido suscrito por los responsables técnicos, financieros y jurídicos de la institución.

II. DETERMINACIÓN DE LA NECESIDAD QUE ATENDER

(Artículo 87, numeral 1, Ley núm. 47-25)

1. Identificación institucional y mandato legal

La Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental (DIECOM) fue creada mediante el Decreto núm. 542-21 del Poder Ejecutivo de la República Dominicana, con el mandato expreso de integrar en una sola estructura la coordinación y ejecución de las políticas de comunicación del Estado, unificando la anterior Dirección General de Comunicación (DICOM) y la Dirección de Información, Análisis y Programación Estratégica (DIAPE).

De conformidad con el artículo 5 del referido decreto, las funciones de la DIECOM comprenden, entre otras: a) planificar, organizar, ejecutar y evaluar la estrategia y la comunicación gubernamental; b) explicar las medidas, acciones, proyectos y programas del Poder Ejecutivo; c) facilitar la comunicación de la rendición de cuentas gubernamental; d) coordinar el Sistema de Comunicación Gubernamental; e) gestionar la comunicación de crisis del Poder Ejecutivo; f) identificar y realizar seguimiento continuo de los principales acontecimientos nacionales, regionales e internacionales de significación política; g) mantener actualizadas

Handwritten signatures and initials in blue ink:
 Top signature: [Illegible]
 Middle signature: [Illegible]
 Bottom initials: JA

las diversas bases de datos de las ejecutorias de la Presidencia; h) distribuir a los funcionarios del Poder Ejecutivo informaciones sistematizadas y continuas sobre la aparición y evolución de acontecimientos políticos; i) realizar análisis y distribuir informes regulares y especiales sobre la situación y la evolución de las relaciones del Poder Ejecutivo con la sociedad; j) realizar estudios especiales y diseños de gestión sobre acontecimientos que formen parte de la agenda nacional; y k) proveer al Presidente de la República de toda información pertinente para asegurar la máxima consistencia comunicacional en su gestión.

2. La necesidad: naturaleza y alcance

La necesidad que se pretende satisfacer mediante el presente proceso de contratación es la provisión de un sistema integrado de servicios especializados de comunicación estratégica institucional que permita a la DIECOM cumplir, con eficiencia, rigor técnico y continuidad, las funciones de planificación, ejecución, monitoreo y evaluación de las estrategias de comunicación del Poder Ejecutivo dominicano.

Esta necesidad no es, ni puede ser confundida, con la simple compra de espacios publicitarios o la difusión de campañas de imagen. La DIECOM requiere la contratación de servicios complejos e integrales que abarcan diagnóstico comunicacional, inteligencia de datos, planificación estratégica, segmentación de públicos, arquitectura de mensajes, gestión de vocería, administración estratégica de espacios en medios, investigación social aplicada, monitoreo de opinión pública y gestión de crisis comunicacionales, todo ello articulado alrededor de los objetivos de gobernabilidad democrática del Estado dominicano.

La distinción entre publicidad estatal y comunicación estratégica es técnicamente determinante y ha sido documentada en la literatura comparada internacional. La publicidad estatal se enfoca en la compra de espacios para difusión de mensajes ya definidos, con métricas de alcance, frecuencia e impresiones. La comunicación estratégica estatal, en cambio, comprende un ciclo completo: investigación previa, diagnóstico institucional, segmentación de públicos, construcción de narrativas, entrenamiento de voceros, gestión con medios, monitoreo digital, evaluación de riesgos y medición de resultados. La pauta puede ser un componente del servicio, pero no lo agota ni lo define.

Los países que han formalizado esta distinción Chile mediante licitaciones específicas de «agencias de comunicaciones estratégicas»; Colombia mediante planes estratégicos que preceden la contratación; Perú con términos de referencia de gestión de comunicación estratégica; y Ecuador con contratos de estrategia integral confirman que se trata de un objeto contractual autónomo, especializado y técnicamente complejo, que exige capacidades expertas, metodologías propias y estructuras organizativas que exceden con claridad las condiciones de un proveedor de comunicación convencional.

El cambio de doctrina producido por la creación de la DIECOM que al fusionar la DICOM y la DIAPE generó una entidad que opera simultáneamente con datos de Estado de alto valor estratégico y con funciones de comunicación de políticas públicas impone la necesidad de un sistema de servicios de comunicación donde confluyen la inteligencia de datos, la planificación estratégica y la ejecución multicanal, en un entorno que exige confidencialidad institucional, confianza acreditada y capacidades técnico-científicas verificables en el proveedor.

3. Justificación de la necesidad en relación con el objeto del contrato

El fundamento constitucional de la necesidad descansa en el artículo 138 de la Constitución de la República, que establece entre los principios de la Administración Pública el de eficacia, entendido como el servicio a la ciudadanía en base a resultados que demuestren los fines del Estado. La DIECOM, como eje articulador de la comunicación gubernamental, no puede cumplir dicho mandato sin un sistema de apoyo técnico especializado externo que le provea las capacidades que el Estado no puede desarrollar internamente con la agilidad y especialización que la comunicación estratégica moderna demanda.

El objeto contractual ha sido definido como «Servicio especializado de comunicación estratégica institucional para diseño, ejecución, monitoreo y evaluación de acciones de posicionamiento, relacionamiento público y gestión de mensajes con enfoque de resultados», y se organiza en cuatro lotes de especialidad que responden a las cuatro grandes dimensiones funcionales de la comunicación estratégica del Estado: (1) Acompañamiento idóneo en contingencias y manejo de crisis sociales; (2) Sistema de análisis y articulación comunicacional; (3) Investigación y desarrollo de iniciativas estratégicas, Monitoreo y Evaluación; y (4) Planificación táctica de comunicación.

40
 em.
 JA

Esta estructura funcional por lotes garantiza especialización diferenciada de los proveedores, mayor trazabilidad del gasto, supervisión por resultados desagregada y una administración contractual más eficiente, al tiempo que respeta la complejidad integral del sistema de comunicación estratégica que la DIECOM requiere.

III. COSTO ESTIMADO Y PARTIDA PRESUPUESTARIA

(Artículo 87, numeral 2, Ley núm. 47-25)

1. Determinación del presupuesto estimado

El presupuesto estimado de la contratación ha sido determinado a partir de un análisis técnico-financiero basado en los estudios de mercado realizados conforme al artículo 88 de la Ley 47-25, las referencias de precios disponibles en el catálogo de bienes y servicios de la DGCP, la consulta de experiencias previas de la propia institución y de otras entidades del Estado dominicano con contrataciones comparables, y la revisión de presupuestos referenciales de servicios equivalentes en el contexto latinoamericano y el marco europeo.

La estructura presupuestaria responde a los componentes funcionales del servicio de comunicación estratégica estatal, los cuales han sido documentados comparativamente en la evidencia internacional: investigación y diagnóstico (10-15%); planeación estratégica (10-15%); producción creativa y contenidos (20-25%); difusión y pauta (25-40%); monitoreo y analítica (5-10%); gestión de crisis y vocería (5-10%); y contingencia operativa (5-10%). Esta estructura fue adoptada como referencia metodológica para la estimación del presupuesto por lote.

Lote	Especialidad	Presupuesto Estimado (RD\$)	Partida Presupuestaria
1	Acompañamiento idóneo en contingencias y manejo de crisis sociales.	RD\$ 313,875,000.00	2.2.2.1.01 (Publicidad y propaganda)
2	Sistema de análisis y articulación comunicacional.	RD\$ 442,685,000.00	2.2.2.1.01 (Publicidad y propaganda)
3	Investigación y desarrollo de iniciativas estratégicas.	RD\$ 433,565,000.00	2.2.2.1.01 (Publicidad y propaganda)
4	Planificación táctica de comunicación.	RD\$ 313,875,000.00	2.2.2.1.01 (Publicidad y propaganda)
TOTAL	Cuatro lotes especializados	RD\$ 1,504,000,000.00	Presupuesto institucional 2026

El presupuesto total estimado asciende a la suma de Mil quinientos cuatro millones de pesos dominicanos (RD\$1,504,000,000.00). La Dirección Administrativa y Financiera (DAF) de la DIECOM certificará la disponibilidad presupuestaria conforme al artículo 93 de la Ley 47-25 y la publicará junto a la convocatoria en el SECP. El proceso es de carácter semestral, sin perjuicio de las posibilidades de renovación conforme a la evaluación de resultados y la disponibilidad presupuestaria de los ejercicios fiscales subsiguientes.

IV. TIPO DE CONTRATO Y DESCRIPCIÓN DEL OBJETO

(Artículo 87, numeral 3, Ley núm. 47-25)

1. Tipo de contrato

El tipo de contrato a celebrar es el Contrato de Ejecución de Servicios (SNCC.C.024), en las modalidades de **servicios especializados de naturaleza técnica, científica y profesional**, conforme a las categorías establecidas en la Ley núm. 47-25 y el Decreto 52-26. Se suscribirán cuatro (4) contratos independientes, uno por cada lote adjudicado.

Handwritten signature and initials in blue ink, including the letters "JA" at the bottom.

La vigencia inicial de cada contrato será de seis (6) meses calendario, contados a partir de la fecha de suscripción del contrato correspondiente, prorrogables hasta por tres (3) meses adicionales de duración, sujeto a disponibilidad presupuestaria y evaluación satisfactoria del desempeño del proveedor conforme a los indicadores establecidos en el pliego de condiciones.

2. Descripción del objeto y prestaciones esperadas por lote

Lote 1 - Acompañamiento idóneo en contingencias y manejo de crisis sociales. (RD\$ 313,875,000.00)

Servicio especializado que comprende: asesoría estratégica en comunicación gubernamental; análisis integral de riesgo y vulnerabilidad comunicacional; diseño de estrategias segmentadas de comunicación de crisis; desarrollo de mensajes clave y narrativas coherentes para el Poder Ejecutivo; estrategia de medios tradicionales y alternativos; gestión de comunicación transparente y honesta en situaciones de crisis; plan de participación ciudadana; protocolo de respuesta rápida ante contingencias; evaluación postcrisis y aprendizaje continuo; colaboración interinstitucional en comunicación; monitoreo de opinión pública y retroalimentación ciudadana; campañas educativas y de prevención; capacitación continua al equipo de comunicación; acompañamiento al análisis de la data integrada; y asesoría estratégica de comunicación permanente.

Las prestaciones incluyen informes periódicos confidenciales a la Máxima Autoridad Ejecutiva, sistema de alerta temprana de riesgos comunicacionales, plataforma de monitoreo de inversión accesible por la DIECOM, y un servicio continuo de inteligencia comunicacional basado en datos de Estado.

Lote 2 - Sistema de análisis y articulación comunicacional. (RD\$ 442,685,000.00)

Servicio especializado que comprende: análisis de audiencia y segmentación eficiente; estrategia de contenido personalizado por segmento y canal; optimización de inversiones publicitarias con trazabilidad plena; negociación estratégica de tarifas con medios tradicionales y alternativos; monitoreo y medición de resultados de colocación; investigación continua de oportunidades de medios alternativos; y colaboración con proveedores creativos. La prestación incluye la gestión integral de la compra de espacios en medios, garantizando transparencia de la inversión, posiciones estratégicas y máximo valor por dinero.

Lote 3 - Investigación y desarrollo de iniciativas estratégicas. (RD\$ 433,565,000.00)

Servicio especializado que comprende: investigación social aplicada y encuestas de opinión pública periódicas; data mining y análisis de sentimiento digital; generación de insights estratégicos a partir de big data institucional; evaluación de impacto de campañas comunicacionales; monitoreo integral de medios tradicionales y digitales; producción de informes estratégicos periódicos para la toma de decisiones; y desarrollo de ideas disruptivas para el posicionamiento gubernamental basado en evidencia.

Lote 4 - Planificación táctica de comunicación. (RD\$ 313,875,000.00)

Servicio especializado que comprende: elaboración del calendario de actividades y eventos comunicacionales; desarrollo de contenido estratégico multicanal; selección de canales y plataformas conforme a objetivos y públicos; diseño de estrategias de participación y compromiso ciudadano; gestión de colaboraciones y asociaciones estratégicas; implementación de estrategias de medición y evaluación de impacto; y desarrollo del plan de respuesta a contingencias comunicacionales.

V. ESTIMACIÓN, TIPIFICACIÓN Y ASIGNACIÓN DE RIESGOS

(Artículo 87, numeral 4, Ley núm. 47-25)

Riesgo	Tipificación	Probabilidad	Impacto	Asignación	Medida de mitigación
Reputacional: filtración de datos estratégicos o mensajes confidenciales del Estado	Riesgo institucional / confidencialidad	Media	Alto	Contratista	Protocolo de seguridad de datos, cláusula de confidencialidad, póliza de responsabilidad civil

[Handwritten signatures and initials]
JA

Riesgo	Tipificación	Probabilidad	Impacto	Asignación	Medida de mitigación
Operativo: incapacidad del proveedor de responder en tiempo a situaciones de crisis comunicacional	Riesgo de desempeño	Baja	Alto	Contratista	Indicadores de tiempo de respuesta en contrato, Protocolo de Respuesta Rápida (PRR) como entregable
Tecnológico: fallas en plataformas de monitoreo o herramientas de análisis	Riesgo tecnológico	Media	Medio	Compartido	Redundancia de plataformas, pruebas periódicas, copia de seguridad de datos
Presupuestario: variación en tarifas de medios o costos de producción	Riesgo económico	Media	Medio	DIECOM	Cláusula de reajuste, modificación contractual hasta 50% según Decreto 52-26
Político: cambios en la agenda gubernamental que alteren los planes de comunicación	Riesgo institucional / exógeno	Alta	Alto	DIECOM	Plan de contingencia comunicacional actualizable, cronograma flexible con hitos revisables
Reputacional del proveedor: situaciones que comprometan la imagen del contratista y, por extensión, la de la DIECOM	Riesgo reputacional	Baja	Alto	Contratista	Debida diligencia precontractual; cláusula de resolución por afectación reputacional grave
De cumplimiento: incumplimiento de entregables en los plazos acordados	Riesgo contractual	Baja-Media	Medio	Contratista	Penalizaciones por retraso; sistema de supervisión y recepción por comisión especializada
De mercado: reducción de la oferta especializada por concentración del sector	Riesgo de mercado	Baja	Medio	DIECOM	Estructura por lotes para diversificar proveedores; cláusula de sustitución en caso de inhabilitación

VI. GARANTÍAS REQUERIDAS

(Artículo 87, numeral 5, Ley núm. 47-25)

Tipo de Garantía	Monto	Momento de constitución	Modalidad admitida	Vigencia
Garantía de Cumplimiento Contrato	Fiel del 4% del monto adjudicado (1% para MIPYMES)	5 días hábiles desde notificación de adjudicación (Arts. 205 y 206, Decreto 52-26)	Póliza de Seguros o Garantía Bancaria. Solo póliza para MIPYMES.	Hasta la liquidación del contrato

[Handwritten signature and initials]
JA

Tipo de Garantía	Monto	Momento de constitución	Modalidad admitida	Vigencia
Garantía de Buen Uso del Anticipo	100% del monto del anticipo recibido (20% del valor del contrato)	Previa al desembolso del anticipo	Póliza de Seguros o Garantía Bancaria	Se reduce proporcionalmente según ejecución

Todas las garantías deberán ser incondicionales, irrevocables y renovables; emitidas en pesos dominicanos (RD\$); en beneficio de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental (DIECOM); sin beneficio de excusión o división; En caso de modificación del monto contractual, el adjudicatario deberá renovar la garantía de fiel cumplimiento para reflejar el nuevo monto, conforme al artículo 206 del Decreto 52-26.

VII. REQUISITOS DE CALIFICACIÓN

(Artículo 87, numeral 6, Ley núm. 47-25)

Los requisitos de calificación han sido diseñados para asegurar que los proveedores convocados reúnan las condiciones profesionales, técnicas, financieras y reputacionales necesarias para satisfacer el objeto contractual de cada lote con suficiencia y responsabilidad. Estos requisitos se dividen en: credenciales legales (subsancables); requisitos financieros (subsancables); experiencia y reputación (subsancables) y requisitos de capacidad técnica (no subsancables).

Los requisitos de calificación son diferenciados por lote, reflejando la especialización y la magnitud del servicio requerido. A continuación, se resumen los requisitos mínimos comunes y los diferenciados por lote:

Criterio	Lote 1 – Acompañamiento idóneo en contingencias y manejo de crisis sociales.	Lote 2 – Sistema de análisis y articulación comunicacional.	Lote 3 – Investigación y desarrollo de iniciativas estratégicas.	Lote 4 – Planificación táctica de comunicación.
Capital suscrito mínimo	4.55% del monto del lote	0.05% del monto del lote	0.05% del monto del lote	0.05% del monto del lote
Experiencia con el Estado	Mín. 5 contratos con Poder Ejecutivo (RD\$100MM c/u)	Mín. 1 contrato con Estado (RD\$1MM)	Mín. 1 contrato con Estado (RD\$1MM)	Mín. 1 contrato con Estado (RD\$1MM)
Años de tradición en el servicio	25 años mínimo	10 años mínimo	10 años mínimo	10 años mínimo
Reconocimientos acreditados	5 reconocimientos nacionales/internacionales	2 reconocimientos	6 reconocimientos (creatividad)	8 reconocimientos
Cartas de referencia estatal	5 cartas de instituciones estatales	1 carta de institución estatal	1 carta de institución estatal	1 carta de institución estatal
Fidelización de clientes	5 cartas de contratos por 5+ años consecutivos	5 cartas de contratos por 5+ años	5 cartas de contratos por 5+ años	5 cartas de contratos por 5+ años
Equipo de apoyo mínimo	10 publicistas, 10 mercadólogos, 2 economistas, 10 diseñadores, 10 técnicos medios alternativos, 1 sociólogo, 1 periodista	5 publicistas, 5 mercadólogos, 1 economista, 5 diseñadores, 5 técnicos medios alternativos, 1 sociólogo, 1 periodista	5 publicistas, 5 mercadólogos, 1 economista, 5 diseñadores, 5 técnicos medios alternativos, 1 sociólogo, 1 periodista	5 publicistas, 5 mercadólogos, 1 economista, 5 diseñadores, 5 técnicos medios alternativos, 1 sociólogo, 1 periodista

Handwritten signature and initials:
 JA
 JA

Criterio	Lote 1 – Acompañamiento idóneo en contingencias y manejo de crisis sociales.	Lote 2 – Sistema de análisis y articulación comunicacional.	Lote 3 – Investigación y desarrollo de iniciativas estratégicas.	Lote 4 – Planificación táctica de comunicación.
Perfiles principales (SNCC.D.048)	4 perfiles con mín. 5 años en empresa + perfil de asesor gubernamental	4 perfiles con mín. 5 años en empresa	4 perfiles con mín. 5 años en empresa	4 perfiles con mín. 5 años en empresa
Gremio de comunicación	1 certificación nacional o internacional	1 certificación	1 certificación	1 certificación

VII-A. FUNDAMENTACIÓN DE LOS CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

(Artículos 87 num. 6 y 88 de la Ley núm. 47-25 — Manual Metodológico para el Diseño y Elaboración de Estudios Previos, DGCP)

Los criterios de calificación establecidos en el presente procedimiento responden al principio de vinculación al objeto y proporcionalidad, conforme al deber de motivación consagrado en el artículo 9 de la Ley núm. 107-13 y las facultades de los artículos 87 y 88 de la Ley núm. 47-25, que habilitan a la entidad contratante a fijar requisitos de solvencia técnica y financiera proporcionales a la naturaleza, complejidad y riesgo del servicio. La mayor exigencia del Lote 1 frente a los demás es consecuencia directa de su objeto: gestión de crisis comunicacionales del Estado en tiempo real, con disponibilidad permanente y manejo de información de alta sensibilidad institucional, donde el error es irreversible y tiene impacto político inmediato sobre la gobernabilidad democrática.

El Manual Metodológico para el Diseño y Elaboración de Estudios Previos, publicado por la Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP), establece que los criterios de calificación deben: (i) estar vinculados al objeto y las prestaciones requeridas; (ii) ser proporcionales a la magnitud, complejidad y riesgo del contrato; (iii) estar expresados en términos verificables y objetivos; y (iv) no constituir obstáculos injustificados a la participación. El cuadro que sigue demuestra, criterio por criterio, el cumplimiento de estos cuatro estándares:

1. Cuadro de fundamentación por criterio

Criterio de calificación	Justificación técnica, funcional y de proporcionalidad	Soporte normativo
Capital suscrito mínimo (4.55% Lote 1 / 0.05% Lotes 2-4)	Garantiza solvencia financiera real para sostener operación continua, nómina permanente de especialistas y tecnología de monitoreo activa durante toda la vigencia del contrato sin dependencia del anticipo. Una falla financiera en el Lote 1 genera un vacío directo en la capacidad del Estado de gestionar su imagen en tiempo de crisis. La diferencia de escala entre lotes refleja la asimetría del riesgo: el Lote 1 exige disponibilidad 24/7 con costos fijos elevados; los Lotes 2-4 tienen ciclos de facturación más predecibles. El Manual DGCP señala que el capital suscrito debe correlacionarse con el volumen y la continuidad del servicio.	Arts. 87 y 88, Ley 47-25. Manual Metodológico DGCP para estudios previos. Principio de proporcionalidad.
Experiencia con el Estado (5 contratos ≥RD\$100MM · Lote 1 / 1 contrato ≥RD\$1MM · Lotes 2-4)	El entorno gubernamental exige conocimiento de protocolos institucionales, manejo de información clasificada y rendición de cuentas que no tiene equivalente en el sector privado. La cuantía y cantidad de contratos del Lote 1 acreditan experiencia en los niveles más altos del Poder Ejecutivo, donde se gestiona la comunicación de crisis con impacto político directo. El Manual DGCP establece que la experiencia comparable debe ser proporcional a la complejidad y monto del contrato a suscribir. El umbral de RD\$100MM por contrato en el Lote 1 garantiza que el proveedor conoce la dimensión presupuestaria y operativa de la comunicación estratégica estatal.	Art. 88 num. 1 y 5, Ley 47-25. Art. 87 num. 6, Ley 47-25. Decreto 542-21. Manual Metodológico DGCP.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'JA' at the bottom.

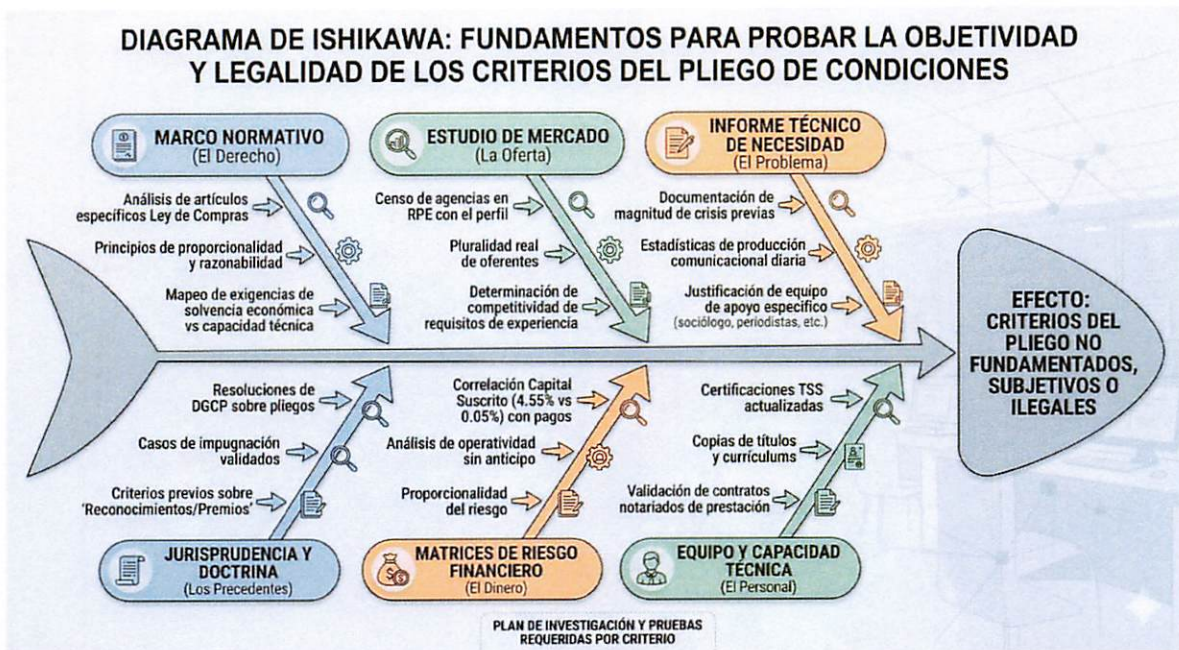
Criterio de calificación	Justificación técnica, funcional y de proporcionalidad	Soporte normativo
<p>Años de tradición (25 años · Lote 1 / 10 años · Lotes 2-4)</p>	<p>La experiencia acumulada en distintos ciclos políticos, económicos y sociales no es sustituible por capacitación ni por experiencia reciente. Los 25 años garantizan que la empresa ha superado crisis de diversa naturaleza —económicas, sanitarias, políticas, mediáticas— y cuenta con metodologías probadas de respuesta. Los 10 años representan el umbral mínimo de madurez operativa reconocido internacionalmente para servicios especializados de comunicación. La tradición acreditada mediante Registro Mercantil es un indicador objetivo de continuidad institucional y sostenibilidad del proveedor, conforme al Manual DGCP que requiere evidencia de mercado verificable.</p>	<p>Art. 88, Ley 47-25. Principio de proporcionalidad y razonabilidad. Manual Metodológico DGCP.</p>
<p>Reconocimientos acreditados (5 · Lote 1 / 2 · Lote 2 / 6 creatividad · Lote 3 / 8 · Lote 4)</p>	<p>Constituyen evidencia de calidad validada por terceros independientes, de carácter objetivo y verificable. Los Lotes 3 y 4 exigen más reconocimientos porque la excelencia creativa y táctica —medible y comparable en el sector— es el núcleo técnico de esos lotes y su deficiencia impacta directamente la imagen del Estado. Los reconocimientos del Lote 3 deben vincularse a creatividad porque la generación de ideas disruptivas requiere demostración de innovación reconocida externamente. El Manual DGCP admite evidencias de evaluación externa independiente como acreditación de calidad técnica proporcional al objeto del contrato.</p>	<p>Art. 88, Ley 47-25. Manual Metodológico DGCP. Principio de proporcionalidad.</p>
<p>Cartas de referencia estatal (5 · Lote 1 / 1 · Lotes 2-4)</p>	<p>Acreditan calidad de ejecución desde la perspectiva del cliente institucional, que es el juez más exigente y el más relevante para una contratación pública. Las 5 cartas del Lote 1 verifican versatilidad en múltiples entidades y la red de relaciones interinstitucionales necesaria para coordinar respuestas de crisis que involucran a varios órganos del Estado simultáneamente. El Manual DGCP establece que las cartas de referencia de entidades contratantes son documentos idóneos para acreditar la experiencia específica comparable con el objeto de la contratación.</p>	<p>Art. 88 nums. 1 y 5, Ley 47-25. Art. 9, Ley 107-13. Manual Metodológico DGCP.</p>
<p>Fidelización de clientes (5 cartas ≥ 5 años consecutivos · todos los lotes)</p>	<p>Que un cliente renueve una relación durante 5+ años —teniendo alternativas de mercado— es el indicador más robusto y objetivo de calidad sostenida, calidad que no puede fabricarse ni presentarse como evidencia aislada. Se aplica de forma uniforme a todos los lotes porque la continuidad, confiabilidad y confidencialidad son condiciones estructurales de todo el sistema de comunicación estratégica gubernamental, sin distinción de especialidad. El Manual DGCP reconoce la continuidad de relaciones comerciales como evidencia de desempeño sostenido.</p>	<p>Art. 88, Ley 47-25. Manual Metodológico DGCP. Principio de continuidad del servicio.</p>
<p>Equipo de apoyo mínimo (44 profesionales · Lote 1 / 23 · Lotes 2-4)</p>	<p>Acredita capacidad instalada presente —no futura ni subcontratada— para ejecutar el servicio desde el inicio del contrato. El doble de personal en el Lote 1 provee la redundancia operativa necesaria para turnos rotativos 24/7 ante contingencias. El sociólogo-antropólogo y el periodista son transversales a todos los lotes: la comprensión del comportamiento social y la credibilidad informativa son condiciones no negociables de la comunicación estatal contemporánea. El Manual DGCP exige que el equipo mínimo sea proporcional a la escala del servicio y esté integrado como personal fijo —no tercerizado— para garantizar continuidad.</p>	<p>Art. 88, Ley 47-25. Decreto 542-21 (art. 5). Manual Metodológico DGCP.</p>

2. Diagrama de Ishikawa: fundamentos para probar la objetividad y legalidad de los criterios del pliego de condiciones

El siguiente Diagrama de Ishikawa (diagrama causa-efecto) identifica las seis grandes categorías de causas que, si no son adecuadamente atendidas, pueden generar el efecto no deseado de criterios del pliego no fundamentados, subjetivos o ilegales. El diagrama sirve como herramienta de revisión exhaustiva para garantizar que cada criterio de calificación del presente proceso esté respaldado por evidencia en las seis dimensiones identificadas: Marco Normativo (El Derecho), Estudio de Mercado (La Oferta), Informe Técnico de Necesidad (El Problema), Jurisprudencia y Doctrina (Los Precedentes), Matrices de Riesgo Financiero (El Dinero) y Equipo y Capacidad Técnica (El Personal).

[Handwritten signature]
[Handwritten initials]
 JA

Cada rama del diagrama está sustentada en el Plan de Investigación y Pruebas requeridas por criterio, conforme a la metodología del Manual DGCP, y permite verificar que los criterios establecidos no son discrecionales ni arbitrarios, sino el resultado lógico de una evaluación multidimensional objetiva.



Fuente: Elaboración propia — DIECOM. Diagrama de Ishikawa para la fundamentación y legalidad de los criterios de calificación del procedimiento DIECOM-CCC-PEEX-2026-0001.

3. Conclusión de la fundamentación

El examen conjunto del cuadro de fundamentación y el Diagrama de Ishikawa permite concluir, con base en evidencia multidimensional, que **la totalidad de los criterios de calificación establecidos en el presente procedimiento son legal, técnica y proporcionalmente justificados**, superan el estándar de motivación exigido por el artículo 9 de la Ley 107-13 y el Manual Metodológico de la DGCP, y no constituyen obstáculos injustificados a la participación, sino condiciones mínimas objetivamente necesarias para garantizar que los adjudicatarios sean capaces de ejecutar, con suficiencia y responsabilidad, un servicio de la complejidad y sensibilidad institucional que caracteriza a la comunicación estratégica del Estado dominicano.

Cualquier impugnación a estos criterios deberá desvirtuar la evidencia normativa, de mercado, técnica, jurisprudencial, financiera y de capacidad instalada que los respalda, conforme a la carga probatoria que corresponde a quien alega la ilegalidad de un acto administrativo motivado, según el artículo 38 de la Ley núm. 107-13.

VIII. ACTUACIONES REALIZADAS EN LOS ESTUDIOS PREVIOS

(Artículo 88, Ley núm. 47-25)

La DIECOM, en cumplimiento del artículo 88 de la Ley 47-25, realizó las siguientes actuaciones para fundamentar los presentes estudios previos:

1. Estudios de mercado (Art. 88, núm. 1)

Se realizó un estudio de mercado integral basado en evidencia documental de fuentes institucionales, portales de contratación pública y documentos técnicos de referencia de Chile, Perú, Colombia, Ecuador y la

de
 Jm.
 JA

Unión Europea, que permitió determinar las características, la disponibilidad y el perfil del mercado de servicios especializados de comunicación estratégica estatal.

El estudio confirmó que el mercado de servicios de comunicación estratégica para el Estado opera con un número reducido de empresas especializadas que reúnen de forma concurrente las capacidades técnicas, tecnológicas, de equipo humano y de reputación institucional requeridas. En Chile se observan licitaciones específicas de «agencias de comunicaciones estratégicas». En Perú, Ecuador y Colombia las contrataciones de gestión de comunicación estratégica muestran patrones de evaluación que priorizan la especialización del equipo, la metodología y la experiencia comprobable en contextos de gobierno, por encima del simple precio. El marco europeo (Directivas 2014/24/UE) refuerza que en servicios de alta intensidad de conocimiento la calidad técnica y metodológica es el criterio rector.

El estudio también documentó que la oferta dominicana de estos servicios está concentrada en un número muy limitado de grandes agencias o centrales de medios que poseen simultáneamente: experiencia certificable en cuentas gubernamentales complejas; solvencia técnica y financiera para administrar presupuestos de alto impacto; plataformas tecnológicas robustas de monitoreo y análisis de datos; equipos multidisciplinarios con competencias comprobables; y la confianza institucional acreditada que exige el manejo de datos sensibles del Estado. Esta realidad objetiva del mercado dominicano —que no es una restricción artificial impuesta por la DIECOM, sino una evidencia verificable del análisis histórico - reflexivo de la oferta— es la base primaria del argumento de exclusividad que sustenta el presente procedimiento de excepción.

2. Consulta de catálogos y sistemas de precios (Art. 88, núm. 2)

Se consultaron los catálogos de bienes y servicios y el sistema de información de precios administrado por la Dirección General de Contrataciones Públicas (DGCP). La consulta confirmó que no existe un precio de referencia estandarizado para este tipo de servicio en el catálogo oficial, lo cual es consistente con la naturaleza compleja, especializada y no estandarizable del objeto contractual. Los presupuestos estimados fueron contruidos a partir de referencias de mercado, experiencias previas de la institución y presupuestos comparables de contratos similares documentados en el ámbito latinoamericano y europeo.

3. Consulta a personas con conocimiento especializado (Art. 88, núm. 3)

Se consultó a profesionales con conocimiento especializado en comunicación estratégica, planificación de medios, investigación de mercados y contratación pública de servicios complejos. Estas consultas permitieron validar la definición del objeto contractual, refinar los criterios de calificación y confirmar la pertinencia de la estructura por lotes de especialidad. Las conclusiones de las entrevistas realizadas coinciden en señalar que el servicio de comunicación estratégica gubernamental constituye una prestación técnico-científica compleja que no admite sustitución por proveedores de comunicación convencional o publicidad estándar.

4. Contacto con instituciones con experiencia previa (Art. 88, núm. 5)

Se revisaron y contactaron otras instituciones contratantes del sector público dominicano con experiencia previa en contrataciones comparables. El análisis de dichas experiencias confirmó un patrón consistente: en los procesos de selección realizados por entidades públicas dominicanas para servicios similares, la oferta efectivamente presentada ha provenido de un número muy limitado de grandes agencias o centrales de medios con presencia y trayectoria demostrable en el mercado dominicano. Esta evidencia histórica y verificable es el sustento factual del argumento de análisis histórico - reflexivo de la oferta que justifica el recurso al procedimiento de excepción por exclusividad conforme al artículo 78 numeral 5 de la Ley 47-25.

5. Revisión de catálogos de proveedores y publicaciones técnico-científicas (Art. 88, nums. 6 y 7)

Se revisaron catálogos de proveedores obtenidos de fuentes públicas, así como publicaciones técnico-científicas sobre la industria de la comunicación estratégica en el ámbito latinoamericano. La revisión de literatura académica sobre la comunicación estratégica estatal en Chile, Colombia y Perú documentó que este campo de servicio no se restringe a prensa o imagen, sino que incorpora reputación, asuntos públicos, posicionamiento institucional, relaciones con stakeholders “partes interesadas” y capacidades de respuesta ante entornos complejos. Esta caracterización es especialmente pertinente para el contexto de la DIECOM,

Handwritten signatures and initials in blue ink, including "JA" at the bottom right.

donde la legitimidad institucional del Poder Ejecutivo es parte del valor que la comunicación debe proteger y fortalecer.

IX. JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE EXCEPCIÓN POR EXCLUSIVIDAD

(Art. 78, num. 5; Art. 79, Ley núm. 47-25 | Numeral 6.1.5, Manual DGCP 2024)

La institución contratante, con base en los estudios previos realizados conforme a los artículos 87 y 88 de la Ley 47-25 y en aplicación del numeral 6.1.5 del Manual General de Procedimientos de Contratación por Excepción de la DGCP, justifica el uso del procedimiento de excepción por exclusividad sobre la base de los tres argumentos jurídica y técnicamente sustentados que se desarrollan a continuación:

ARGUMENTO I: REALIDAD OBJETIVA DEL MERCADO - ANÁLISIS HISTÓRICO - REFLEXIVO DE LA OFERTA

La justificación de la contratación por exclusividad descansa, en primer término, en un argumento histórico y reflexivo de la oferta, sustentado en evidencia verificable de que, en procesos comparables desarrollados por distintas entidades públicas dominicanas y latinoamericanas, la oferta efectivamente presentada para servicios de comunicación estratégica de la complejidad requerida ha provenido de un número muy limitado de grandes agencias o centrales de medios especializadas.

Esta realidad no constituye una restricción artificial impuesta por la institución contratante, sino la revelación de una condición objetiva del mercado especializado, en la que la confluencia de todos los requisitos técnicos, tecnológicos, de capital humano, de reputación institucional y de confidencialidad que exige la comunicación estratégica del Estado solo se encuentra disponible en un conjunto acotado de proveedores. La evidencia histórica de procesos comparables —en los que, verificablemente, la competencia real se reduce al universo identificado de grandes agencias especializadas— es el primer fundamento del argumento de exclusividad.

El artículo 78 numeral 5 de la Ley 47-25 y el numeral 6.1.5 del Manual de Procedimientos de Excepción de la DGCP establecen que la exclusividad procede cuando la oferta de los servicios requeridos está restringida en el mercado a un número limitado de proveedores —no mayor de cinco (5)— que pueden atender el requerimiento. El estudio de mercado realizado confirma que, en el mercado dominicano, el número de empresas que reúnen de forma concurrente y demostrable las capacidades exigidas es efectivamente inferior a cinco, lo que encuadra el caso en la causal legal de exclusividad.

ARGUMENTO II: NATURALEZA TÉCNICO-CIENTÍFICA Y COMPLEJIDAD DEL SERVICIO

El segundo argumento que sustenta el procedimiento de excepción es la naturaleza técnico-científica, tecnológica y profesional del servicio de comunicación estratégica estatal, que no puede reducirse a una prestación ordinaria de difusión o intermediación publicitaria.

La comunicación estratégica del Estado implica la ejecución articulada de servicios complejos que abarcan diagnóstico comunicacional, segmentación de públicos mediante metodologías especializadas, inteligencia de datos de Estado, arquitectura de mensajes alineada con objetivos de gobierno, administración estratégica de espacios en medios con maximización del valor de la inversión pública, gestión de vocería gubernamental, análisis predictivo de riesgos y crisis, evaluación sistemática de impacto institucional, y optimización continua basada en retroalimentación de datos. Todo lo cual exige capacidades expertas, metodologías propias y estructuras operativas que exceden con claridad las condiciones de un proveedor de comunicación convencional.

Esta naturaleza compleja se documenta en la evidencia comparada internacional. En Chile, las contrataciones de «agencias de comunicaciones estratégicas» distinguen expresamente el servicio de la simple compra de pauta. En Perú, los TDR de servicios especializados de gestión de comunicación estratégica exigen comprensión del problema institucional, calidad metodológica de la propuesta, experiencia sectorial en sector público y solidez del equipo asignado. En Colombia y Ecuador, los marcos de contratación institucional reconocen que este tipo de servicio es «intensivo en conocimiento» y que su evaluación no puede

Handwritten notes and signatures in blue ink, including the initials "JA" at the bottom.

basarse exclusivamente en el precio. El marco europeo (Directiva 2014/24/UE) instruye que en servicios complejos e intelectuales los criterios de calidad, metodología y equipo deben primar sobre el precio.

Adicionalmente, el cambio de doctrina producido por la creación de la DIECOM —que integró la función de datos estratégicos de Estado (DIAPE) con la función de comunicación pública (DICOM)— exige un tipo de proveedor que no solo gestione medios o produzca piezas creativas, sino que procese, interprete y convierta datos de Estado en planes de comunicación estratégica con enfoque de resultados. Esta capacidad integrada de datos más comunicación no está disponible en proveedores de comunicación estándar; caracteriza exclusivamente a los grandes agentes especializados del mercado.

ARGUMENTO III: LAS GRANDES CENTRALES DE MEDIOS COMO AGENTES DIFERENCIADOS DE EJECUCIÓN OBJETIVA Y CONFIABLE

El tercer argumento es la singularidad funcional de las grandes centrales de medios y agencias de comunicación estratégica como categoría diferenciada de proveedor, cuya particularidad no radica meramente en su tamaño o volumen de operaciones, sino en que concentran de forma acumulativa y demostrable un conjunto específico de capacidades que resultan determinantes para este tipo de contratación gubernamental.

Estas capacidades incluyen: experiencia certificable en la gestión de cuentas públicas complejas, con contratos de gobierno que exigen rendición de cuentas, trazabilidad del gasto y reportería institucional continua; solvencia técnica y financiera para administrar presupuestos de alto impacto sin comprometer la continuidad del servicio; plataformas tecnológicas robustas de monitoreo, análisis de sentimiento y medición de audiencias, con protocolos de seguridad y blindaje de datos sensibles del Estado; equipos multidisciplinarios con competencias profesionales comprobables —publicistas, estrategas, investigadores sociales, especialistas en medios digitales, economistas de medios, especialistas en crisis— capaces de ejecutar con rigor una obra comunicacional integral; y, de manera determinante, la reputación institucional acreditada y la confianza organizacional que exige la entrega de datos estratégicos del Estado y la asesoría en comunicación de decisiones de gobierno de alto impacto político.

Desde esta perspectiva, la exclusividad no constituye una designación anticipada ni una adjudicación encubierta, sino el resultado lógico y necesario de un estudio de mercado que permite concluir, con base en criterios objetivos, verificables y previamente definidos por la entidad, que solo determinadas empresas reúnen de forma concurrente y demostrable las condiciones técnicas, profesionales, tecnológicas y reputacionales requeridas para atender, con suficiencia y responsabilidad, la complejidad propia de la comunicación estratégica estatal en la dimensión y naturaleza que la DIECOM requiere.

Conforme al numeral 6.1.5 del Manual General de Procedimientos de Contratación por Excepción de la DGCP, el procedimiento adoptado es el de exclusividad con selección competitiva, garantizando que todos los proveedores que acrediten la exclusividad mediante los documentos requeridos compitan entre sí, preservando los principios de libre competencia entre pares y selección objetiva que rigen el sistema de contrataciones públicas. El estudio de mercado ha identificado que el número de proveedores que reúnen los requisitos exigidos es mayor a uno (1) pero no supera el límite legal de cinco (5), lo que hace procedente y necesaria esta modalidad de excepción competitiva.

X. TIPO DE PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN Y CRONOGRAMA

(Artículo 87, Ley núm. 47-25 | Art. 87 [cronograma], Decreto 52-26)

1. Procedimiento de selección

Conforme a los estudios previos realizados y la justificación del procedimiento de excepción desarrollada en la sección anterior, el procedimiento de selección recomendado es el de **Excepción por Exclusividad con selección competitiva**, conforme al artículo 78 numeral 5, artículo 79 y artículo 80 de la Ley núm. 47-25, y el numeral 6.1.5 del Manual General de Procedimientos de Contratación por Excepción de la DGCP. El proceso opera mediante convocatoria a los proveedores que han acreditado o puedan acreditar la condición de especialistas en cada lote, para que compitan entre sí conforme a los criterios del pliego de condiciones.

JA

La transparencia y publicidad del proceso se garantiza mediante la publicación de la convocatoria, el pliego y todos los documentos del expediente en el Sistema Electrónico de Contrataciones Públicas (SECP) y en el portal institucional de la DIECOM, conforme al artículo 80 de la Ley 47-25 y el artículo 9.1.5 del Manual DGCP.

XI. DESIGNACIÓN DE PERITOS

(Artículo 90, Ley núm. 47-25 | Art. 88, Decreto 52-26)

Conforme al artículo 90 de la Ley 47-25 y el artículo 88 del Decreto 52-26, el Comité de Contrataciones Públicas de la DIECOM designará, mediante acto administrativo motivado, los peritos responsables de participar en la elaboración de las especificaciones técnicas, la evaluación de las propuestas y las demás funciones que correspondan conforme a la naturaleza del proceso.

Deberán designarse un mínimo de tres (3) peritos: uno (1) legal, uno (1) financiero y uno (1) técnico especializado en comunicación estratégica, procurando que el número total sea impar. Los peritos serán designados previamente a la publicación de la convocatoria y sus nombres serán incorporados al expediente administrativo del procedimiento y publicados en el SECP.

Perfil del perito	Función principal	Requisito mínimo
Perito Legal	Evaluación del cumplimiento de requisitos legales y credenciales; revisión del pliego; elaboración del informe jurídico de recomendación de uso de la excepción.	Abogado con experiencia en contrataciones públicas
Perito Financiero	Evaluación de requisitos financieros; verificación de capital mínimo; análisis de la propuesta económica y razonabilidad de precios.	Economista o Contador con experiencia en evaluación financiera de contrataciones
Perito Técnico en Comunicación Estratégica	Evaluación de la propuesta técnica, capacidad técnica, equipos, metodología, experiencia y reputación del oferente en servicios de comunicación estratégica.	Especialista con formación y experiencia comprobable en comunicación estratégica, publicidad o marketing institucional

XI-A. REPORTE CONSOLIDADO DE PROCESOS DE COMPRAS EN COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS, PUBLICIDAD, MEDIOS Y RELACIONES PÚBLICAS (2021–2026)

(Fundamento: Artículo 88, numerales 1 y 5, Ley núm. 47-25 — Estudio de mercado y contacto con instituciones contratantes con experiencia previa)

La presente sección documenta la evidencia concreta del estudio de mercado realizado conforme al artículo 88 de la Ley núm. 47-25, mediante la búsqueda y análisis exhaustivo de todos los procesos de compras y contrataciones relativos a servicios de comunicaciones estratégicas, publicidad, medios y relaciones públicas publicados en el Sistema Electrónico de Contrataciones Públicas (SECP) durante el período 2021-2026. Esta evidencia constituye el sustento fáctico incontrovertible del Argumento I desarrollado en la Sección IX del presente estudio previo, y permite verificar, con datos públicos y auditables, la realidad objetiva del mercado dominicano de estos servicios especializados.

La revisión del SECP permite constatar que en la totalidad de los procesos de contratación de servicios de esta naturaleza desarrollados por diversas entidades del Estado dominicano — incluyendo la Dirección General de Comunicación (DICOM, 2021), el Ministerio de la Vivienda Hábitat y Edificaciones (MIVHED, 2022-2024), la Dirección General de Aduanas (DGA, 2022-2025) y la propia DIECOM (2022-2026) — en distintas modalidades de contratación (LPN, PEPB, PEOR, PEEX), los adjudicatarios han correspondido reiteradamente a los mismos cuatro (4) proveedores especializados, lo que confirma de manera objetiva que

JA

el mercado está estructuralmente compuesto por este universo acotado de agentes con capacidad técnica, financiera y reputacional concurrente.

1. Procesos verificados en el SECP por institución (2021-2026)

El siguiente cuadro consolida todos los procesos identificados mediante la búsqueda en el SECP, organizados por institución contratante. Las modalidades incluyen: LPN (Licitación Pública Nacional), PEPB (Procesos de Excepción Contratación de publicidad a través de medios de comunicación social), PEOR (Proceso de Excepción por Obras Científicas, Técnicas, Artísticas o Restauración de Monumentos Históricos) y PEEX (Excepción por Exclusividad). En todos los casos, independientemente de la modalidad utilizada, el resultado ha sido la adjudicación a uno o varios de los mismos cuatro proveedores.

Institución	Ref. Proceso	Modalidad	Descripción del objeto	Pub.	Proveedor(es)	Monto (RD\$)
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN (DICOM) — 2021						
Dir. Gral. de Comunicación (DICOM)	DICOM-CCC-LPN-2021-0001	LPN	Contratación de servicios de una Central de Medios para la gestión de compra de espacios publicitarios en los distintos medios de comunicación.	18/03/2021	All Media, SRL	RD\$ 300,000,000.00
MINISTERIO DE LA VIVIENDA, HÁBITAT Y EDIFICACIONES (MIVHED) — 2022 a 2024						
Min. de la Vivienda, Hábit. y Edif. (MIVHED)	MIVHED-CCC-PEOR-2022-0002	PEOR	Servicios de desarrollo de contenidos publicitarios institucionales (proyectos de viviendas, salud, educación — 2 meses).	06/09/2022	All Media, SRL	RD\$ 9,000,000.00
Min. de la Vivienda, Hábit. y Edif. (MIVHED)	MIVHED-CCC-PEOR-2022-0006	PEOR	Servicios de producción para contenidos publicitarios institucionales (proyectos viviendas, salud y educación — 2 meses).	05/12/2022	All Media, SRL	RD\$ 23,600,000.00
Min. de la Vivienda, Hábit. y Edif. (MIVHED)	MIVHED-CCC-PEPB-2023-0001	PEPB	Servicios de publicidad en medios masivos: televisión, radio, prensa, digital y exteriores.	25/01/2023	All Media, SRL	RD\$ 23,600,000.00
Min. de la Vivienda, Hábit. y Edif. (MIVHED)	MIVHED-CCC-LPN-2024-0015	LPN	Contratación de agencia publicitaria para la colocación de publicidad en medios de comunicación (8 meses).	25/09/2024	All Media, SRL	RD\$ 40,500,000.00
DIRECCIÓN GENERAL DE ADUANAS (DGA) — 2022 a 2025						
Dir. Gral. de Aduanas (DGA)	DGAP-CCC-LPN-2022-0010	LPN	Contratación de empresa prestadora de servicios de estrategia de comunicación, colocación de publicidad en medios y su monitoreo.	21/09/2022	All Media, SRL	RD\$ 105,000,000.00
Dir. Gral. de Aduanas (DGA)	DGAP-CCC-LPN-2023-0017	LPN	Contratación de empresa prestadora de servicios de estrategia de comunicación, colocación de publicidad en medios y su monitoreo.	01/11/2023	All Media, SRL	RD\$ 150,000,000.00
Dir. Gral. de Aduanas (DGA)	DGAP-CCC-LPN-2025-0008	LPN	Contratación de empresa prestadora de servicios de estrategia de comunicación, colocación de publicidad en medios y su monitoreo.	11/05/2025	All Media, SRL	RD\$ 300,000,000.00
DIRECCIÓN DE ESTRATEGIA Y COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL (DIECOM) — 2022 a 2026						
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2022-0001	PEOR	Contratación de prestadora de servicios de estrategia de comunicación, publicidad, colocación de medios y manejo de crisis.	16/02/2022	Aordominicana, SAS / All Media, SRL	RD\$ 800,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2022-0002	PEOR	Contratación de prestadoras de servicios de estrategia de comunicación, publicidad, colocación de medios y manejo de crisis.	13/07/2022	Aordominicana, SAS / All Media, SRL / OMD Dominicana, SRL / Advanced Media Center, SRL	RD\$ 1,800,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2023-0001	PEOR	Contratación de prestadoras de servicios de estrategia de comunicación, publicidad, colocación de medios y manejo de crisis, incluyendo medios alternativos.	19/04/2023	Aordominicana, SAS / All Media, SRL / OMD Dominicana, SRL / Advanced Media Center, SRL	RD\$ 1,450,000,000.00

JA
 [Handwritten signatures and initials]

Institución	Ref. Proceso	Modalidad	Descripción del objeto	Pub.	Proveedor(es)	Monto (RD\$)
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2023-0002	PEOR	Contratación de prestadora de servicios de estrategia de comunicación, colocación de medios, manejo de crisis y servicios afines.	19/09/2023	Aordominicana, SAS / All Media, SRL / OMD Dominicana, SRL / Advanced Media Center, SRL	RD\$ 1,100,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2023-0003	PEOR	Contratación de prestadora de servicios de estrategia de comunicación, colocación de medios, manejo de crisis y servicios afines.	30/11/2023	Aordominicana, SAS / All Media, SRL / OMD Dominicana, SRL / Advanced Media Center, SRL	RD\$ 350,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2024-0001	PEOR	Contratación de prestadora de servicios de estrategia de comunicación, colocación de medios, manejo de crisis y servicios afines (proceso consolidado).	09/02/2024	Aordominicana, SAS / All Media, SRL / OMD Dominicana, SRL / Advanced Media Center, SRL	RD\$ 1,800,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2024-0002	PEOR	Contratación — Gobernabilidad Estratégica.	02/07/2024	Aordominicana, SAS	RD\$ 200,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2024-0004	PEOR	Contratación — Expertise en ideas disruptivas / investigación, monitoreo y evaluación.	02/07/2024	OMD Dominicana, SRL	RD\$ 175,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2024-0006	PEOR	Contratación — Gobernabilidad Estratégica.	15/08/2024	Aordominicana, SAS	RD\$ 600,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2024-0007	PEOR	Contratación — Administración estratégica de espacios de medios.	15/08/2024	All Media, SRL	RD\$ 330,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2024-0008	PEOR	Contratación — Expertise en ideas disruptivas / investigación, monitoreo y evaluación.	14/08/2024	OMD Dominicana, SRL	RD\$ 330,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2024-0009	PEOR	Contratación — Planificación táctica de comunicación.	15/08/2024	Advanced Media Center, SRL	RD\$ 240,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2025-0001	PEOR	Contratación - Acompañamiento idóneo en contingencias y manejo de crisis sociales (Gobernabilidad Estratégica).	28/02/2025	Aordominicana, SAS	RD\$ 600,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2025-0002	PEOR	Contratación - Sistema de análisis y articulación comunicacional (Administración estratégica de espacios de medios).	28/02/2025	All Media, SRL	RD\$ 600,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2025-0003	PEOR	Contratación - Investigación y desarrollo de iniciativas estratégicas.	28/02/2025	OMD Dominicana, SRL	RD\$ 300,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2025-0004	PEOR	Contratación - Planificación táctica de comunicación.	26/02/2025	Advanced Media Center, SRL	RD\$ 300,000,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2025-0006	PEOR	Contratación - Sistema de análisis y articulación comunicacional (Administración estratégica de medios).	03/11/2025	All Media, SRL	RD\$ 245,280,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2025-0007	PEOR	Contratación - Planificación táctica de comunicación.	03/11/2025	Advanced Media Center, SRL	RD\$ 192,720,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2025-0008	PEOR	Contratación - Investigación y desarrollo de iniciativas estratégicas (expertise en ideas disruptivas).	03/11/2025	OMD Dominicana, SRL	RD\$ 192,720,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2026-0001	PEOR	Contratación - Acompañamiento idóneo en contingencias y manejo de crisis sociales.	18/03/2026	Aordominicana, SAS	RD\$ 313,875,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2026-0002	PEOR	Contratación - Sistema de análisis y articulación comunicacional.	17/03/2026	All Media, SRL	RD\$ 442,685,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2026-0003	PEOR	Contratación - Investigación y desarrollo de iniciativas estratégicas.	18/03/2026	OMD Dominicana, SRL	RD\$ 433,565,000.00
DIECOM	DIECOM-CCC-PEOR-2026-0004	PEOR	Excepción por exclusividad - Planificación táctica de comunicación.	18/03/2026	Advanced Media Center, SRL	RD\$ 313,875,000.00

JA

Institución	Ref. Proceso	Modalidad	Descripción del objeto	Pub.	Proveedor(es)	Monto (RD\$)
DIECOM	DIECOM-CCC-PEEX-2026-0001	PEEX-	Procedimiento de excepción por bienes o servicios con exclusividad, contratación de servicios especializados gobernabilidad Estratégica, continuidad y soporte.	30/03/2026	Aordominicana, SAS / All Media, SRL / OMD Dominicana, SRL / Advanced Media Center, SRL	RDS 1,504,000,000

2. Análisis de la participación reiterada: confirmación del mercado especializado

El análisis del historial verificado en el SECP durante el período 2021-2026 arroja las siguientes conclusiones fácticas, objetivas e incontestables:

Primero - Cuatro (4) proveedores en todo el mercado: En los treinta y dos (32) procesos de contratación analizados, en la cual se generaron cuarenta y nueve (49) adjudicaciones, correspondientes a cuatro instituciones distintas y a cinco modalidades diferentes de contratación, la adjudicación recayó siempre en los mismos cuatro proveedores: **Aordominicana, SAS; All Media, SRL; OMD Dominicana, SRL; y Advanced Media Center, SRL**. Ningún otro proveedor ha participado ni ha sido adjudicado en procesos de esta naturaleza durante todo el período analizado.

Segundo - El patrón es consistente en múltiples instituciones y modalidades: El fenómeno no es exclusivo de la DIECOM. La misma concentración se verifica en la DICOM (LPN 2021), el MIVHED (PEOR y LPN 2022-2024) y la DGA (LPN 2022-2025), donde en todos los casos la adjudicación recayó en All Media, SRL — uno de los mismos cuatro proveedores del mercado. Esto confirma que la concentración no es resultado de una decisión discrecional de la DIECOM, sino una realidad estructural del sector, objetivamente demostrable.

Tercero - Especialización diferenciada y estable por proveedor: El historial del SECP revela que los cuatro proveedores no solo son los únicos del mercado, sino que cada uno ha acreditado históricamente una especialidad diferenciada: Aordominicana, SAS en gobernabilidad y comunicación estratégica de alto nivel político; All Media, SRL en administración de espacios de medios y publicidad masiva multicanal; OMD Dominicana, SRL en investigación, monitoreo y análisis de inteligencia comunicacional; y Advanced Media Center, SRL en planificación táctica y ejecución de campañas. Esta especialización diferenciada es la que fundamenta directamente la estructura de cuatro lotes del presente proceso.

Cuarto - Encuadramiento legal perfecto en el artículo 78, numeral 5, Ley 47-25: El artículo 78 numeral 5 exige, para la procedencia del procedimiento de excepción por exclusividad, que la oferta del servicio esté restringida a un número limitado de proveedores que en ningún caso pueda ser mayor a cinco (5). El reporte consolidado del SECP confirma que el número exacto de proveedores con capacidad de atender servicios de esta naturaleza en la República Dominicana es cuatro (4), cifra que se ubica por debajo del umbral máximo legal, configurando de manera completa, suficiente y verificable la causal legal de exclusividad.

3. Resumen por proveedor: participación y especialidad acreditada en el mercado dominicano

Proveedor especializado	Adjudicaciones	Total adjudicado	Especialidad acreditada en el mercado dominicano
Aordominicana, SAS	10	RD\$+4,013M	Gobernabilidad Estratégica, asesoría en comunicación de alto nivel y manejo de crisis político-institucional. Adjudicada en todos los procesos de gobernabilidad desde 2022 en DIECOM.
All Media, SRL	18	RD\$+3,358M	Administración Estratégica de Espacios de Medios y publicidad masiva. La única central con presencia transversal: DICOM (2021), MIVHED (2022-2024), DGA (2022-2025) y DIECOM (2022-2026).
OMD Dominicana, SRL	10	RD\$+2,455M	Investigación, Monitoreo y Evaluación — expertise en ideas disruptivas. Adjudicada consistentemente en todos los procesos de inteligencia comunicacional desde 2023.

JA

Proveedor especializado	Adjudicaciones	Total adjudicado	Especialidad acreditada en el mercado dominicano
Advanced Media Center, SRL	9	RD\$+1,809M	Planificación Táctica de Comunicación. Adjudicada en todos los procesos de especialidad táctica y planificación desde 2023.
TOTAL DEL MERCADO	49 adjudicaciones	RD\$+11,635M	4 proveedores únicos identificados — confirma el límite máximo legal de 5 (Art. 78 num. 5, Ley 47-25). El universo del mercado especializado está compuesto exactamente por estos cuatro agentes.

4. Conclusión del estudio de mercado basado en el SECP

La evidencia del Sistema Electrónico de Contrataciones Públicas es concluyente, objetiva y no admite interpretación alternativa razonable: el mercado dominicano de servicios de comunicación estratégica gubernamental, comunicación de crisis, planificación de medios y servicios afines está compuesto por exactamente cuatro (4) proveedores especializados. Su presencia consistente, reiterada y exclusiva en todos los procesos de contratación pública de esta naturaleza durante un período de cinco años (2021-2026), en distintas modalidades de contratación (LPN, PEOR, PEPB, PEEEX) y en distintas instituciones del Estado, confirma que su posición no es contingente ni resultado de ventajas artificiales, sino expresión de una especialización técnica, tecnológica, organizacional y reputacional acumulada que no puede ser replicada por proveedores de comunicación convencional.

De conformidad con el artículo 88, numerales 1 y 5, de la Ley 47-25, esta evidencia del SECP fundamenta de manera suficiente, proporcional y verificable el uso del procedimiento de excepción por exclusividad con selección competitiva, siendo los cuatro (4) proveedores identificados los únicos convocables al proceso, en estricto cumplimiento del límite máximo de cinco (5) establecido en el artículo 78 numeral 5 de la Ley 47-25, y garantizando la competencia entre pares especializados conforme al numeral 6.1.5 del Manual General de Procedimientos de Contratación por Excepción de la DGCP.

XII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIÓN DEL PROCEDIMIENTO

Los suscritos responsables técnicos, financieros y jurídicos de la Dirección de Estrategia y Comunicación Gubernamental (DIECOM), habiendo realizado las actuaciones establecidas en los artículos 87 y 88 de la Ley núm. 47-25 sobre Contrataciones Públicas y el artículo 85 del Decreto núm. 52-26, y en cumplimiento estricto de los requerimientos del Manual General de Procedimientos de Contratación por Excepción de la DGCP, concluyen lo siguiente:

1. La DIECOM requiere, para el cumplimiento de su mandato institucional, la provisión de un sistema integrado de servicios especializados de comunicación estratégica que comprende diagnóstico, planificación, inteligencia comunicacional, análisis de audiencias, administración de espacios en medios, investigación aplicada, monitoreo, gestión de crisis y evaluación, organizado en cuatro lotes de especialidad por un presupuesto total estimado de RD\$ 1,504,000,000.00.
2. El estudio de mercado realizado confirma que la oferta de estos servicios, en la dimensión, complejidad y nivel de especialización requerido, está disponible en un número limitado de proveedores del mercado dominicano, que no supera el límite legal de cinco (5) establecido en el artículo 78 numeral 5 de la Ley 47-25.
3. El procedimiento de excepción por exclusividad con selección competitiva es el mecanismo jurídicamente procedente y técnicamente adecuado para satisfacer la necesidad institucional de la DIECOM, conforme a los tres argumentos técnicamente sustentados: (i) el análisis histórico - reflexivo de la oferta; (ii) la naturaleza técnico-científica y complejidad del servicio; y (iii) la singularidad funcional de las grandes centrales de medios como agentes diferenciados de ejecución.
4. El procedimiento garantiza los principios de transparencia, publicidad, competencia y selección objetiva mediante la convocatoria pública a todos los proveedores que acrediten los requisitos de



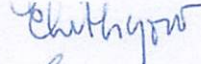
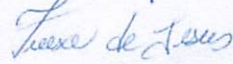

especialidad, la apertura pública de propuestas ante Notario Público, la publicación de todos los documentos en el SECP y la evaluación mediante criterios objetivos y previamente definidos.

5. En cumplimiento del Párrafo II del artículo 9 de la Ley Núm. 107-13 sobre los Derechos de las Personas en sus Relaciones con la Administración y de Procedimiento Administrativo, el presente estudio previo reviste carácter de motivación obligatoria, toda vez que la decisión de acogerse a un procedimiento de contratación por exclusividad tiene contenido discrecional, compromete gasto público y constituye una excepción a la regla general de libre concurrencia. En atención a dicho mandato, se exponen con total concreción, racionalidad demostrable y base fáctica inobjetable las razones técnicas y de mercado que hacen de la vía de la exclusividad la única solución legítima y eficaz para salvaguardar el interés general y la correcta administración de los recursos públicos. Asimismo, en observancia del imperativo de identificación de responsables establecido en el Párrafo I del mismo artículo, la estructuración, análisis y validación de este documento ha sido ejecutada de forma conjunta por un equipo multidisciplinario de peritos competentes de la DIECOM, integrando especialistas en finanzas, derecho, comunicación estratégica y planificación publicitaria, cuya intervención garantiza que los fines previstos por el ordenamiento jurídico sean respetados desde todas las aristas técnicas pertinentes.

En consecuencia, se recomienda al Comité de Contrataciones Públicas de la DIECOM la aprobación mediante resolución motivada del uso del Procedimiento de Excepción por Exclusividad con selección competitiva para la contratación del servicio objeto del presente expediente, conforme al artículo 79 de la Ley 47-25, previa emisión de los informes técnico y jurídico que correspondan, y se recomienda dar inicio formal al proceso mediante la publicación de la convocatoria y el pliego de condiciones en el SECP.

XIII. SUSCRIPCIÓN DE RESPONSABLES

(Art. 85, Decreto 52-26: los estudios previos deben ser suscritos por los responsables técnicos, financieros y jurídicos de la institución)

Responsable	Cargo	Firma	Fecha
Lic. Cornelio Nolasco	Experto en Comunicación y Ciencia Sociales		09/04/2026
Lic. José A. De La Cruz	Experto en Comunicación		09/04/2026
Licda. Eylan Mota	Experta en Comunicación y Manejo de medios		09/04/2026
Lic. Teresa de Jesús De Brito	Especialista en finanzas y auditoría		09/04/2026
Lic. Rosa Trinidad Correa	Especialista Legal y Cumplimiento Normativo		09/04/2026

— FIN DEL INFORME DE ESTUDIOS PREVIOS —

DIECOM | Estudios Previos | Art. 87 y 88, Ley 47-25 | PEEEX-2026 | Santo Domingo, Rep. Dom.