



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

Unidad Requirente: Departamento de Publicidad y Artes Graficas

Fecha: 21 de agosto (21) agosto del año dos mil veintiséis (2026).

Contratación de servicios de publicidad mediante medios de comunicación social, a través de radio, televisión, plataformas digitales y otros, para promoción de los destinos turísticos, durante el período de cuatro (4) meses por un monto estimado de RD\$3,720,000.00.

En ese sentido, es necesario indicar el esquema conforme al cual será abordado el siguiente informe pericial consensuado:

- I. JUSTIFICACIONES TÉCNICAS
- II. JUSTIFICACIONES LEGALES
- III. JUSTIFICACIONES FINANCIERAS
- IV. CONCLUSIÓN

I. JUSTIFICACIÓN TÉCNICA:

El Ministerio de Turismo, en su calidad de órgano rector del sector turístico de la República Dominicana, tiene la responsabilidad de formular, coordinar y ejecutar las políticas orientadas al fortalecimiento, promoción y desarrollo sostenible de la actividad turística nacional. Como uno de los principales motores de la economía dominicana, el turismo contribuye significativamente a la generación de empleos, la captación de divisas, el desarrollo de las comunidades y el fortalecimiento de los encadenamientos productivos asociados al sector.

En cumplimiento de sus atribuciones institucionales, el Ministerio desarrolla iniciativas permanentes de promoción destinadas a mantener y fortalecer el posicionamiento de la República Dominicana en mercados nacionales e internacionales, destacando la diversidad de su oferta turística, la calidad de sus servicios, su conectividad, infraestructura y los múltiples atractivos culturales, históricos y naturales que posee el país.

En ese sentido, resulta necesario disponer de espacios publicitarios en medios de comunicación y plataformas de difusión que permitan amplificar el alcance de las campañas promocionales, garantizando una comunicación efectiva hacia los públicos objetivos identificados dentro de los diferentes mercados de interés. La utilización de medios radiales, televisivos, impresos, digitales y especializados constituye una herramienta esencial para incrementar la visibilidad del destino y apoyar los esfuerzos institucionales orientados a estimular la demanda turística.

La presente contratación tiene como finalidad la colocación y difusión de contenidos promocionales previamente definidos por el Ministerio de Turismo, por lo que comprende exclusivamente la adquisición de espacios y servicios de difusión publicitaria. En consecuencia, no incluye servicios de conceptualización creativa, diseño de campañas, elaboración de estrategias de comunicación, planificación de medios ni actividades de consultoría publicitaria.



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

Asimismo, este procedimiento forma parte de las acciones contempladas dentro de la programación institucional de promoción turística correspondiente al tercer trimestre del año 2026, respondiendo a la necesidad de mantener una presencia continua y estratégica en medios de comunicación con capacidad de alcance e influencia sobre el público además de los metas definidos por la institución.

Para tales fines, se ha identificado una selección de medios, espacios y proveedores con características acordes a los objetivos de difusión establecidos, considerando criterios de alcance, cobertura, audiencia, especialización temática y capacidad de impacto, conforme se detalla en el presente expediente de contratación:

1. PUBLIDISA E.I.R.L. – Realidad Social – Televisión – Constanza

La contratación del programa "Realidad Social" se justifica por su presencia en la televisión de Constanza, destino de especial interés para la promoción del turismo interno, particularmente por su oferta de naturaleza, montaña, producción agrícola y experiencias vinculadas al entorno rural. La inclusión de este espacio permite fortalecer la difusión de las acciones y campañas del Ministerio de Turismo entre residentes y visitantes potenciales de la zona, contribuyendo a mantener el destino dentro de la agenda local. La presencia documentada de PUBLIDISA y Realidad Social en programación televisiva de Constanza también permite sustentar su vinculación territorial. "Realidad Social", se transmite por TV Montaña canal 10, de lunes a viernes, en horario de 9:00pm a 10:00pm

2. PUBLIDISA E.I.R.L. – Al Límite – Televisión – Constanza

La selección de "Al Límite" responde a la conveniencia de mantener presencia publicitaria en medios televisivos de Constanza, ampliando los espacios a través de los cuales pueden difundirse mensajes relacionados con la promoción de los destinos turísticos nacionales. Su contratación contribuye particularmente al fortalecimiento de la comunicación en una zona con potencial para el turismo de montaña, naturaleza y experiencias locales, permitiendo acercar las campañas institucionales a públicos ubicados fuera de los principales centros urbanos. La existencia del programa dentro de la oferta publicitaria de PUBLIDISA en Constanza se encuentra documentada públicamente. "Al Límite" se transmite por TV Montaña canal 10, de lunes a viernes, en horario de 01:00P.M. a 02:00P.M.

3. PUBLIDISA E.I.R.L. – Dice La Gente – Televisión – Constanza

La contratación de "Dice La Gente" complementa la estrategia de difusión territorial en Constanza, permitiendo ampliar la presencia de las campañas de promoción turística dentro de la programación televisiva local. Su incorporación favorece la comunicación directa con públicos vinculados a la comunidad y contribuye a promover el conocimiento de la oferta turística nacional, al tiempo que fortalece la presencia institucional en un destino caracterizado por sus recursos naturales, paisajísticos y culturales. "Dice La Gente", se transmite por TV Montaña, canal 10, de lunes a viernes, en horario de 11:00pm a 12:00am

4. MARÍA ELENA NÚÑEZ & ASOCIADOS, S.R.L. – Ser Humano – Televisión – Santo Domingo



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

La contratación de "Ser Humano" se sustenta en el perfil diferenciado de su contenido, orientado al bienestar y crecimiento integral. Esta temática permite asociar la promoción turística con experiencias relacionadas con descanso, bienestar, naturaleza y calidad de vida, ampliando el mensaje turístico más allá del enfoque tradicional de sol y playa. El programa cuenta con trayectoria en la televisión dominicana y se identifica públicamente como un espacio especializado en bienestar integral, lo que permite alcanzar un segmento de audiencia afín a experiencias turísticas de salud, relajación y contacto con la naturaleza. "Ser Humano", se transmite por Teleantillas, canal 10, los sábados a las 11:00 p.m. a 12:00 a. m.

5. RENÉ SALVADOR TAVERAS TAVERAS - Agenda y Sociedad - Televisión - Santo Domingo

La inclusión de "Agenda y Sociedad" permite incorporar la promoción turística dentro de un espacio vinculado con temas de actualidad y de interés social. Su contratación contribuye a comunicar las iniciativas, proyectos y acciones relacionadas con el desarrollo turístico del país a una audiencia interesada en el acontecer nacional, fortaleciendo la comprensión del turismo no solo como actividad recreativa, sino también como sector que genera oportunidades económicas, inversión, empleos y desarrollo para las comunidades. El programa, "AGENDA Y SOCIEDAD" se transmite por la plataforma de televisión digital EL NUEVODIARIO TV, todos los jueves en horario de 1:30 pm - 2:30 pm.

6. JUAN FRANCISCO RODRÍGUEZ TRINIDAD - Fantástica Noche - Televisión - Samaná

La contratación de "Fantástica Noche" posee especial valor territorial por su presencia en Samaná, uno de los principales destinos turísticos de la República Dominicana. La difusión publicitaria a través de un espacio producido desde esta provincia permite reforzar las campañas institucionales directamente en un territorio turístico, promoviendo tanto sus atractivos como la oferta nacional. Asimismo, contribuye a integrar los medios provinciales a la estrategia de promoción y a fortalecer la participación de las comunidades receptoras en la actividad turística. Existe evidencia pública de la trayectoria del programa y de su actividad en la provincia de Samaná. "Fantástica Noche," se transmite de lunes a viernes de 9: 00 P.M. a 10:00 P.M, en vivo. Por los canales 35 y 335, por Bahía Visión de la familia Telenord.

7. LSV 20, SRL - Lo Bueno con Alexandra Izquierdo - Televisión - Santo Domingo

La selección de "Lo Bueno con Alexandra Izquierdo" se justifica por tratarse de un programa de opinión, variedades, actualidad y entrevistas a especialistas sobre temas de interés nacional e internacional. Este formato resulta favorable para la difusión de mensajes turísticos dirigidos a una audiencia interesada en asuntos de actualidad, permitiendo posicionar las iniciativas del sector y promover los diferentes destinos del país dentro de un espacio de contenido informativo y de opinión. Su transmisión en Teleantillas aporta además exposición a través de una señal televisiva de alcance nacional. "Lo Bueno con Alexandra Izquierdo", se transmite los domingos en horario de 10:00 a.m. a 11 :00 a.m., a través de Teleantillas, Canal 10.

8. WENDY SANTANA COMUNICACIONES, S.R.L. - Entre Periodistas - Televisión - Santo Domingo

La contratación de "Entre Periodistas" se sustenta en su orientación hacia el análisis de temas de impacto social y actualidad nacional. El espacio constituye un canal pertinente para comunicar el impacto económico y social



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

del turismo, las inversiones, nuevos proyectos, destinos y acciones institucionales. Su vinculación con la temática turística es particularmente relevante, ya que dentro de su programación se han abordado contenidos específicos sobre el comportamiento y crecimiento del sector turístico dominicano. el programa de TV "Entre Periodistas", se transmite los domingos de 11:00 am a 12:00 meridiano por Telesistema, Canal 11.

9. PRODUCCIONES CREATIVAS PCJW Y ASOCIADOS S.R.L. - La Hora del Merengue - Televisión - Constanza

La selección de La Hora del Merengue permite relacionar la promoción turística con uno de los principales elementos de la identidad cultural dominicana: su música. La difusión de campañas institucionales dentro de un espacio dedicado al merengue favorece la asociación entre cultura, entretenimiento y turismo, elementos que forman parte de la experiencia del visitante. Su ubicación en Constanza complementa además la estrategia de presencia territorial en destinos del interior del país. "La Hora de Merengue", se transmite por Constanza TV, martes y jueves de 8:00pm a 9:00pm.

10. MATARILE MEDIA S.R.L. - Para Contarlo con Camila García/ParaContarloRD.com - Televisión - Santo Domingo

La contratación de "Para Contarlo con Camila García" permite incorporar mensajes turísticos en un formato de comunicación que combina contenidos audiovisuales y presencia digital. Esta característica favorece la ampliación de la exposición de las campañas institucionales y permite conectar con públicos que consumen información tanto a través de medios tradicionales como de plataformas digitales. Su inclusión contribuye así a una estrategia de promoción turística multicanal. "Para Contarlo con Camila García" se transmite los domingos a las 6:00 PM, por Color Vision, canal 9. y 7:00PM (retransmisión)

11. DOMINGO BAUTISTA & ASOCIADOS, S.R.L. - Domingo Latino con Domingo Bautista - Radio - Santo Domingo

La contratación de "Domingo Latino" aporta un componente cultural y de entretenimiento a la estrategia publicitaria. El programa cuenta con una extensa trayectoria en la radio dominicana y está asociado a la difusión de música latina, constituyendo un espacio apropiado para vincular los mensajes turísticos con la cultura, música y alegría características de la República Dominicana. La trayectoria de Domingo Bautista y del propio espacio está ampliamente documentada, fortaleciendo su valor como vehículo de comunicación. "Domingo Latino", se trasmite los domingos de 12:00M. a 5:00 PM por la emisora Hits 92.1 FM

12. VEARA MEDIA, S.R.L. - Abriendo Sport por KQ 94.5 FM - Radio - Santo Domingo

La inclusión de "Abriendo Sport por KQ 94.5 FM" permite alcanzar un segmento de audiencia vinculado al deporte y al entretenimiento. Este público resulta de interés para la promoción de actividades relacionadas con turismo deportivo, eventos, competencias y desplazamientos internos asociados a experiencias recreativas. Su contratación contribuye a diversificar los perfiles de audiencia alcanzados por la campaña y a posicionar los destinos nacionales entre consumidores de contenidos deportivos. Lunes a viernes de 7:00 am a 9:00 am por KQ 94.5 FM



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

13. JUAN ALBERTO ÁVILA VENTURA - Súper Amanecer Musical - Radio - La Romana

La contratación de "Súper Amanecer Musical" fortalece la presencia publicitaria en La Romana, provincia estrechamente vinculada con la actividad turística del país. La radio local permite mantener cercanía con residentes, trabajadores del sector y visitantes que se desplazan dentro del destino. Su inclusión contribuye a promover los atractivos turísticos nacionales y a fortalecer la comunicación institucional en la región Este, una de las zonas de mayor actividad turística de la República Dominicana." Super Amanecer Musical", se transmite por la frecuencia 107.5 FM, de lunes a viernes en horario de 5:00 AM a 7:00 AM

14. LUNAZUL, S.R.L. - Kapicua Radio Show - Radio/Digital - Santo Domingo

La selección de "Kapicua Radio Show" aporta una combinación de radio y difusión digital que permite ampliar la exposición de las campañas institucionales en diferentes plataformas, desde Santo Domingo y cuenta con una franja matutina de lunes a viernes, lo que favorece una presencia recurrente del mensaje. Su componente digital complementa la radio tradicional y permite extender la promoción turística hacia audiencias que consumen contenidos a través de medios digitales.

15. MADELIN MERCEDES PEÑA HERNÁNDEZ - DiarioRD.com - Digital - Santo Domingo

La contratación de "DiarioRD.com" responde a la importancia de fortalecer la presencia de la promoción turística en medios digitales de información. Este tipo de plataforma permite mantener disponibles los contenidos institucionales en internet y facilita su consulta y circulación entre usuarios que utilizan medios digitales para informarse. Su inclusión contribuye a diversificar los canales de comunicación y complementar la publicidad difundida a través de televisión y radio.

16. AIRAM MEDIA S.R.L. - InfoExpreso.com - Digital - Santo Domingo

La contratación de "InfoExpreso.com" presenta una vinculación directa con los objetivos de promoción turística, debido a que el medio mantiene contenidos y una sección dedicada al turismo, donde publica informaciones relacionadas con el desempeño del sector, destinos y participación de la República Dominicana en actividades turísticas. Esto permite colocar publicidad institucional dentro de un entorno informativo en el que el usuario ya muestra afinidad con contenidos relacionados con turismo, viajes y desarrollo del sector.

17. FC-PCL MULTIMEDIOS, S.R.L. - FernandoPlaceres.com - Digital - La Altagracia

La contratación de "FernandoPlaceres.com" resulta estratégicamente pertinente por su vinculación territorial con La Altagracia y por la publicación de contenidos relacionados con Bávaro, Punta Cana, excursiones, viajes y turismo. Esta ubicación temática y geográfica permite promover las acciones institucionales dentro de un medio conectado con uno de los principales polos turísticos del país, contribuyendo a reforzar la difusión de la oferta turística de la región Este y del destino República Dominicana.

18. BRANDESIGN, S.R.L. - M2Noticias.com - Digital - Santo Domingo



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

La selección de "M2Noticias.com" se justifica por su cobertura de temas nacionales y, particularmente, por disponer de una sección dedicada al turismo, donde se publican contenidos sobre destinos, infraestructura turística, movilidad, hotelería y acciones relacionadas con el desarrollo del sector. La colocación publicitaria en este medio permite insertar las campañas del Ministerio dentro de un entorno digital que ya genera y distribuye información turística, favoreciendo la exposición de los destinos nacionales ante una audiencia interesada en estos contenidos.

19. MÁS QUE PELOTA CON LAURA BONNELLY EIRL - Más que Pelota con Laura Bonnelly - Digital - Santo Domingo

La contratación de "Más que Pelota con Laura Bonnelly" permite incorporar el segmento deportivo dentro de la estrategia de promoción turística digital. El proyecto se caracteriza por presentar el deporte desde una perspectiva que incluye las historias de atletas y protagonistas, ampliando su contenido más allá de los resultados deportivos. Su audiencia constituye un segmento favorable para promover turismo deportivo, eventos y experiencias asociadas a los destinos del país. Además, existen antecedentes documentados de contratación de publicaciones en feed y stories del espacio dentro de procesos públicos de publicidad, confirmando su utilización como plataforma digital publicitaria.

20. VÍCTOR ANTONIO FÉLIZ RODRÍGUEZ - PrimiciasDelSur.com - Digital - Barahona

La contratación de "PrimiciasDelSur.com" posee un valor estratégico territorial por tratarse de un medio informativo con presencia y enfoque en Barahona y la región Sur. Su incorporación permite fortalecer la difusión de las campañas institucionales en una zona con importantes recursos naturales, culturales y turísticos, contribuyendo a promover la diversificación territorial del turismo dominicano. El propio medio identifica a Barahona y los contenidos regionales entre sus principales áreas informativas, por lo que constituye un canal de proximidad para comunicar acciones vinculadas con el desarrollo y promoción turística del Sur.

II. JUSTIFICACIÓN LEGAL

La presente contratación de servicios de publicidad mediante medios de comunicación social, a través de radio, televisión y plataformas digitales para promoción de los destinos turísticos, durante período de cuatro (4) meses, se debe realizar conforme los lineamientos de la Ley núm. 47-25 sobre Contrataciones Públicas (Artículo 78 numeral 7), de fecha veintiocho (28) de julio del año dos mil veinticinco (2025) y el Decreto núm. 52-26 que instaura su Reglamento de Aplicación General (Artículo 167), como un caso de excepción, siempre y cuando la institución contratante realice la contratación directamente con los medios o plataformas sin hacer uso de intermediarios; y que las personas jurídicas o físicas a ser contratadas, no se encuentren dentro de las inhabilidades para contratar del artículo 38 de la referida norma.

El turismo es una actividad de vital importancia para el desarrollo económico y social del país por ser una fuente generadora de divisas y empleos directos e indirectos, siendo su desarrollo considerado como prioridad



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

nacional, tanto para las políticas del sector gubernamental, como para las organizaciones empresariales y laborales, al constituir uno de los pilares económicos más importantes para la República Dominicana.

En ese sentido, el Ministerio de Turismo (MITUR) como entidad catalizadora del sector turístico de la República Dominicana, tiene como misión fomentar el desarrollo turístico sostenible, mediante la formulación y regulación de políticas, estrategias y acciones que estimulen la inversión turística y la promoción de los destinos y sus diferentes ofertas, garantizando la calidad de la gestión.

En adición a esto tal y como establece la Ley núm. 541, Orgánica de Turismo, de fecha treinta y uno (31) de diciembre del año mil novecientos sesenta y nueve (1969), modificada por la Ley no. 84, de fecha veintiséis (26) de diciembre del año mil novecientos setenta y nueve (1979), en su artículo 1ero:

Se declara de utilidad pública y de interés nacional la promoción estatal del turismo y de las actividades conexas a ésta. Esta promoción se realizará mediante programas de diferentes índoles destinados a estimular viajes de extranjeros a la República Dominicana y de los habitantes de ésta de un lugar a otro del territorio nacional, con propósitos recreativos, científicos o culturales, dándose particular preferencia; especialmente a los lugares donde el patrimonio turístico nacional tenga sus más importantes expresiones históricas, religiosas; arqueológicas y de recursos naturales o de cualquier otro orden. (subrayado nuestro).

En la actualidad, el sector turismo ha alcanzado un desarrollo exponencial por la implementación de políticas públicas y estrategias de promoción que, han permitido a la República Dominicana alcanzar niveles de crecimiento nunca visto, a pesar del impacto de una pandemia mundial y la paralización de todos los elementos económicos de la sociedad, muy especialmente el turismo. Y es que, en vista de lo anterior, la respuesta conjunta del sector a nivel global ha sido instrumental para hacer frente a las consecuencias devastadoras de la pandemia y dirigir el sector hacia una recuperación del turismo en el mundo entero y, en particular, en América Latina y el Caribe, a los fines de reactivar la economía y generar más fuentes de empleos. Por lo cual, la continuación en la ejecución de políticas públicas tendentes a la promoción del turismo a todos los niveles, enfocado también en la promoción de los destinos locales, es de vital importancia para alcanzar el logro de resultados y el crecimiento de los sectores turístico y económico de los distintos destinos.

En adición a esto, destacamos que la publicidad ayuda a dar visibilidad a los diversos destinos turísticos de la República Dominicana, destacando sus atractivos únicos, como playas, montañas, cultura y gastronomía. En ese sentido, se hace necesaria la contratación de publicidad mediante medios de comunicación social para garantizar el mayor impacto posible a partir de la estrategia de promoción de los destinos turísticos diseñada por el Ministerio de Turismo, considerándola no solo como un mandato de la ley, sino que su promoción resulta fundamental para el sector y la economía del país.

Dicho esto, la referida Ley núm. 47-25, establece en el artículo 78 "Tipos de Procedimientos de Excepción:". En ese sentido, su numeral 7 establece:



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

"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 sentido, su Reglamento de aplicación instituido mediante el Decreto núm. 52-26, de fecha veintiocho (28) de enero de dos mil veintiséis (2026) de la referida Ley de Contrataciones Públicas, establece en su artículo 167 en lo referente al *procedimiento de selección directa para la contratación de publicidad en medios o plataformas de comunicación social y digital*, lo siguiente:

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 difusión (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 públicas del Poder Ejecutivo, en el caso de instituciones contratantes orgánicamente pertenecientes a este poder.
5. Que la creación del contenido publicitario no se encuentre incluida dentro del alcance de esta excepción.

En ese mismo orden, su párrafo único establece dentro de estos casos o situaciones, *"En esta modalidad de excepción, el Comité de Contrataciones Públicas aprueba el uso de la excepción con base en el alcance y contenido establecidos en el informe de justificación, así como en el pliego de condiciones aplicable al procedimiento, e invita directamente al proveedor."*

En virtud de lo antes expuesto, el artículo 149 del referido Reglamento de Aplicación establece que: Las modalidades de excepción a los procedimientos ordinarios de selección previstas en la Ley núm. 47-25 solo pueden aplicarse en los casos y supuestos taxativamente establecidos, los cuales deben ser entendidos de manera estricta y nunca por analogía o interpretación extensiva.

Igualmente, el artículo subsiguiente establece que: **"Artículo 150.- Competencia.** El Comité de Contrataciones Públicas constituido en cada institución contratante es el órgano competente para la organización, gestión y ejecución de las modalidades de excepción a los procedimientos ordinarios de selección previstas en la Ley núm. 47-25".

Establecido esto, es bueno señalar que de acuerdo con el artículo 151 del reglamento, el informe justificativo tiene por objeto demostrar la procedencia, necesidad y legalidad del uso de una excepción a los procedimientos ordinarios de selección, garantizando que dicha decisión esté motivada, documentada y aprobada formalmente por el Comité de Contrataciones Públicas de la institución contratante. El informe debe contener, como mínimo, lo siguiente:

1) Identificación de la contratación.

- a) Nombre o descripción del objeto a contratar
- b) Unidad requirente
- c) Monto estimado e identificación de la disponibilidad de apropiación presupuestaria, salvo en los casos justificados de emergencia o seguridad nacional.
- d) Modalidad de excepción propuesta.



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

2) *Justificación técnica.*

- a) *Exposición clara de las circunstancias fáctica que impiden la aplicación de un procedimiento ordinario.*
- b) *Análisis técnico del objeto a contratar, evidencia su carácter especializado, urgente o exclusivo.*
- c) *Pruebas o evidencias técnicas en las que se sustenta la justificación.*

3) *Fundamento jurídico.*

- a) *Identificación expresa del fundamento legal de la modalidad de excepción propuesta.*
- b) *Explicación razonada de cómo se configura el presupuesto legal invocado.*

En la práctica, los medios de comunicación también suscriben acuerdos con terceros para el arrendamiento de espacios, siendo estos últimos los responsables de la colocación de la publicidad, lo que resulta que, en la realidad, no necesariamente estos servicios publicitarios puedan ser en todos los casos, directamente contratados con los medios, esto sin menoscabo de la idoneidad de los espacios y programas a ser contratados para la difusión, en relación a lo cual la presente contratación no se estará realizando por medio de intermediarios, sino con los dueños de espacios y medios, según los contratos privados suscritos al respecto.

Por los motivos antes expuestos, el artículo 152 del reglamento, en su numeral 1 establece que, la Unidad Operativa de Contrataciones Públicas debe gestionar la realización de un informe pericial, que puede ser requerido a la unidad requirente o a un experto en el tema, en el que se justifique el uso de la excepción conforme a los requisitos previstos en el reglamento, para la contratación de servicios de publicidad mediante medios de comunicación social, a través de televisión, radio y medios digitales para la promoción de los destinos turísticos , durante período de cuatro (4) meses.

III. JUSTIFICACIÓN FINANCIERA:

Conforme a lo establecido en el artículo 92 de la Ley 47-25, de fecha veintiocho (28) de julio de dos mil veinticinco (2025), establece que:

"Artículo 92.- Presupuesto estimado. La institución contratante determinará el presupuesto estimado de la contratación a fin de establecer el procedimiento de selección correspondiente y gestionar la asignación presupuestaria necesaria.

En ese sentido, el inmediatamente siguiente artículo del mismo cuerpo legal establece que:

"Artículo 93.- Disponibilidad de apropiación presupuestaria. Las instituciones contratantes, previo al inicio de un procedimiento de contratación de obras, bienes o servicios, se proveerán de una certificación de apropiación presupuestaria en la que se haga constar el monto total del egreso previsto para la contratación de que se trate."

En el mismo orden de ideas, el párrafo I de dicho artículo indica también:

"Párrafo I.- La certificación será publicada junto a la convocatoria en el Sistema Electrónico de las Contrataciones Pública."



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

Asimismo, el Decreto no. 15-17, de fecha ocho (08) de febrero del año dos mil diecisiete (2017), mediante el cual se establece a título de instrucción presidencial los procedimientos y controles que armonicen el cumplimiento de las normativas vigentes en materia de gasto público, y a los fines de dar cumplimiento a la referida norma, es necesario que previo a la suscripción de los contratos de toda índole, el Comité de Compras y Contrataciones haya sido apoderado de los Certificados de Apropiación Presupuestaria y Cuota a Comprometer correspondientes.

En virtud de lo antes dicho, el Comité de Compras y Contrataciones certifica que el Presupuesto General del Estado para el año 2026, aprobado por la Ley No. 99-2025, dispone de balance de Apropiación Presupuestaria suficiente para iniciar procesos de contratación de servicios de publicidad a través de televisión, radio y medios digitales para la promoción de los destinos turísticos, requeridos por el Departamento de Publicidad por el monto de RD\$3,720,000.00 pesos, La contratación se financiará con cargo a la partida presupuestaria 2.2.2.1.01 conforme a la certificación de apropiación presupuestaria ID DOC. EG1787256828754r56J9. Num. Prev. 2026.0213.01.0001.8665-Versión 11 de fecha 20 de agosto de 2026.

IV. CONCLUSIÓN:

Luego de ponderar los aspectos técnicos, legales y financieros y conforme a nuestras correspondientes áreas de competencias, hemos llegado a la siguiente conclusión:

ÚNICO: Conforme a lo anteriormente expuesto, recomendamos procedan con la contratación de las personas físicas y jurídicas citadas más adelante, para la contratación de servicios de publicidad mediante medios de comunicación social, a través de radio, televisión y plataformas digitales para promoción de los destinos turísticos, basándonos en la experiencia en la prestación del

servicio del que se trata, conforme se indica en la sección técnica del presente informe, siempre que se ejecute un procedimiento de compra conforme los lineamientos establecidos de la Ley no. 47-25 sobre Contrataciones Públicas, de fecha veintiocho (28) de julio del año dos mil veinticinco (2025), y su reglamento de aplicación, como un caso de excepción, siempre que las personas jurídicas a ser contratadas, no se encuentre dentro de las inhabilidades para contratar del artículo 38 de la referida norma conforme las normas vigentes, a saber:

NO.	RAZÓN SOCIAL TITULAR	MEDIOS PLATAFORMAS PROPUESTOS
1	PUBLIDISA E.I.R.L.	REALIDAD SOCIAL
2	PUBLIDISA E.I.R.L.	AL LIMITE
3	PUBLIDISA E.I.R.L.	DICE LA GENTE



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

4	MARIA ELENA NUÑEZ & ASOCIADOS, S.R.L	SER HUMANO
5	RENE SALVADOR TAVERAS TAVERAS	AGENDA Y SOCIEDAD
6	JUAN FRANCISCO RODRIGUEZ TRINIDAD	FANTÁSTICA NOCHE
7	LSV 20, S.R.L	LO BUENO CON ALEXANDRA IZQUIERDO
8	WENDY SANTANA, COMUNICACIONES, S.R.L	ENTRE PERIODISTAS
9	PRODUCCIONES CREATIVAS PCJW Y ASOCIADOS, S.R.L.	LA HORA DEL MERENGUE
10	MATARILE MEDIA S.R.L	PARA CONTARLO CON CAMILA GARCIA /PARACONTARLORD.COM
11	DOMINGO BAUTISTA & ASOCIADOS, S.R.L.	DOMINGO LATINO CON DOMINGO BAUTISTA
12	VEARA MEDIA, S.R.L	ABRIENDO SPORT POR KQ 94.5 FM
13	JUAN ALBERTO AVILA VENTURA	SUPER AMANECEER MUSICAL, CON JUAN ALBERTO AVILA
14	LUNAZUL, S.R.L	KAPICUA RADIO SHOW
15	MADELIN MERCEDES PEÑA HERNANDEZ	WWW.DIARIORDE.COM
16	AIRAM MEDIA S.R.L	WWW.INFOEXPRESO.COM
17	FC-PCL MULTIMEDIOS, S.R.L	WWW.FERNANDOPLACERES.COM
18	BRANDESIGN, S.R.L	WWW.M2NOTICIAS.COM
19	MAS QUE PELOTA CON LAURA BONELLY, E,I,R,L	MAS QUE PELOTA CON LAURA BONELLY
20	VICTOR ANTONIO FELIZ RODRIGUEZ	WWW.PRIMICIASDELSUR.COM



Ministerio de Turismo

RNC-401-03681-9

REFERENCIA:

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, A TRAVÉS DE RADIO, TELEVISIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES Y OTROS, PARA PROMOCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS, DURANTE EL PERÍODO DE CUATRO (4) MESES

Juana Evangelista Hidalgo Reyes
Perito Técnico