



MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA

## ESTUDIOS PREVIOS

### PROCEDIMIENTO DE EXCEPCIÓN PARA CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD

#### REFERENCIA DEL PROCEDIMIENTO

**MITUR-CCC-PEPB-2026-0012**

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 UN PERIODO DE CUATRO (4) MESES.

#### IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

|                            |                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Institución contratante    | Ministerio de Turismo (MITUR)                                                                                                                                                                                            |
| Unidad requirente          | Departamento de Publicidad                                                                                                                                                                                               |
| Código del proceso         | MITUR-CCC-PEPB-2026-0012                                                                                                                                                                                                 |
| Modalidad                  | Procedimiento de excepción por selección directa para contratación de publicidad en medios o plataformas de comunicación social y digital                                                                                |
| Objeto                     | 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 UN PERIODO DE CUATRO (4) MESES. |
| Código(s) UNSPSC           | 82101602-Publicidad en Televisión; 82101603-Publicidad en Internet; 82101601-Publicidad en Radio.                                                                                                                        |
| Planificado en el PAC 2026 | Sí                                                                                                                                                                                                                       |
| Presupuesto estimado       | RD\$6,240,000.00                                                                                                                                                                                                         |
| Cuenta presupuestaria      | 2.2.2.1.01 - Publicidad y propaganda                                                                                                                                                                                     |
| Plazo de ejecución         | Cuatro (4) meses, contados a partir de la notificación de adjudicación o emisión de la orden de servicios                                                                                                                |
| Elaborado por              | Juana Evangelista Hidalgo, Encargada del Departamento de Publicidad                                                                                                                                                      |
| Fecha de elaboración       | 25 de Agosto 2026                                                                                                                                                                                                        |

#### SECCIÓN 1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

##### 1.1 Descripción de la situación actual

El Departamento de Publicidad del Ministerio de Turismo ha identificado la necesidad de contar con espacios publicitarios en medios de comunicación social y plataformas digitales para la difusión de los contenidos promocionales definidos por MITUR, conforme a la programación institucional correspondiente.

Esta necesidad comprende la disponibilidad de espacios publicitarios en televisión, radio y plataformas digitales, de acuerdo con los requerimientos establecidos para las acciones de promoción turística previstas.

ef  
B  
D



## MINISTERIO DE TURISMO REPÚBLICA DOMINICANA

Las características de los medios, espacios, formatos, períodos de contratación y demás condiciones de los servicios requeridos se encuentran detalladas en las matrices y documentos técnicos que forman parte del presente informe.

### 1.2 Justificación institucional

El Ministerio de Turismo (MITUR), 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. En cumplimiento de estas atribuciones, desarrolla iniciativas permanentes destinadas a fortalecer el posicionamiento de la República Dominicana en los mercados nacionales e internacionales y promover la diversidad de su oferta turística.

En este contexto, resulta necesario disponer de espacios y canales de difusión publicitaria que permitan ampliar el alcance de las acciones promocionales y facilitar una comunicación efectiva con los públicos objetivos identificados. La utilización de medios de comunicación y plataformas digitales constituye un mecanismo para fortalecer la visibilidad de los destinos turísticos 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 tanto, comprende exclusivamente la adquisición de espacios y servicios de difusión publicitaria y no incluye servicios de conceptualización creativa, diseño de campañas, elaboración de estrategias de comunicación ni consultoría publicitaria.

El procedimiento forma parte de las acciones contempladas en la programación institucional de promoción turística correspondiente al tercer trimestre del año 2026 y responde a la necesidad de complementar los canales institucionales propios mediante espacios publicitarios que permitan alcanzar los niveles de cobertura, frecuencia y segmentación requeridos.

Para tales fines, se han identificado medios y plataformas cuyas características resultan acordes con los objetivos de difusión establecidos, considerando criterios de cobertura, audiencia, especialización temática, afinidad con los públicos objetivos y capacidad de impacto.

En atención a la naturaleza del servicio y a la modalidad de contratación aplicable, cada contratación deberá formalizarse directamente con el medio o plataforma titular del espacio, programa o canal de difusión, sin intermediación comercial que altere o incremente el precio directo del servicio.

### 1.3 Vinculación con la planificación institucional y el PAC

La necesidad se encuentra vinculada con el **Eje Estratégico 1: “Promoción, fomento y desarrollo del turismo sostenible”** del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2028 del Ministerio de Turismo y, específicamente, con el **Objetivo Estratégico 1**, dirigido a **“Impulsar la competitividad, diversificación y sostenibilidad del sector turístico a través de su desarrollo, fomento y promoción, tanto a nivel nacional como internacional”**. Asimismo, responde a la estrategia **priorizada FO3**, relativa a la promoción, a nivel nacional e internacional, de la oferta turística de las comunidades de la República Dominicana.

### 1.4 Recursos institucionales disponibles

MITUR cuenta con los recursos humanos, técnicos y administrativos requeridos para gestionar la contratación, supervisar la ejecución de los servicios, verificar la difusión de las pautas y validar las evidencias correspondientes, a través del Departamento de Publicidad y las áreas institucionales de apoyo vinculadas al

af  
D  
B



**MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA**

proceso, incluyendo las áreas de Contrataciones Públicas, Jurídica, Financiera y Administrativa, conforme a sus respectivas competencias.

El Departamento de Publicidad será responsable de dar seguimiento a la ejecución de las pautas contratadas, verificar las evidencias de publicación o transmisión y emitir las constancias o informes de aceptación correspondientes, de acuerdo con las condiciones establecidas para la contratación.

## **SECCIÓN 2. OBJETO, ALCANCE Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS**

### **2.1 Objeto de la contratación**

El objeto de la presente contratación es la 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.

### **2.2 Alcance**

El servicio comprende la reserva, colocación, publicación, transmisión o difusión de piezas publicitarias suministradas o aprobadas por MITUR en los espacios, programas, canales, sitios, perfiles o inventarios publicitarios definidos para cada medio, espacio o plataforma. El alcance definitivo se establecerá por medio, con cantidades, formatos, frecuencia, período, audiencia objetivo, cobertura y evidencia de ejecución claramente medibles.

La creación, conceptualización, producción o diseño del contenido publicitario no forma parte del alcance de esta excepción. Cuando MITUR requiera esos servicios, deberán gestionarse conforme al procedimiento de contratación que corresponda a su naturaleza.

### **2.3 Matriz editable de medios, formatos y alcance**

| <b>MEDIOS  <br/>PLATAFORMAS</b> | <b>FORMATO O ESPACIO</b>                                                        | <b>CANTIDAD /<br/>FRECUENCIA</b>                                                | <b>PERÍODO</b> | <b>COBERTURA /<br/>PÚBLICO</b>                                 | <b>EVIDENCIA DE EJECUCIÓN</b>                                                                                                                        |
|---------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Radio                           | Spots publicitarios, menciones o espacios contratados, según propuesta aprobada | De acuerdo con la pauta y frecuencia establecidas en la propuesta de cada medio | 4 meses        | Nacional y/o internacional, según alcance del medio contratado | Certificación de transmisión, reporte de pauta ejecutada, grabaciones o evidencias audiovisuales de las transmisiones                                |
| Televisión                      | Spots publicitarios, menciones o espacios contratados, según propuesta aprobada | De acuerdo con la pauta y frecuencia establecidas en la propuesta de cada medio | 4 meses        | Nacional y/o internacional, según alcance del medio contratado | Certificación de transmisión, reporte de pauta, grabaciones de programas o segmentos donde se evidencie la colocación y demás soportes audiovisuales |



MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA

| MEDIOS   PLATAFORMAS  | FORMATO O ESPACIO                                                                                     | CANTIDAD / FRECUENCIA                                                                     | PERÍODO | COBERTURA / PÚBLICO                                            | EVIDENCIA DE EJECUCIÓN                                                                                                                                             |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Plataformas digitales | Banners, publicaciones, notas de prensa, contenido patrocinado u otros formatos digitales contratados | De acuerdo con la cantidad, frecuencia e impresiones/alances establecidos en la propuesta | 4 meses | Nacional y/o internacional, según alcance del medio contratado | Capturas de pantalla, enlaces activos o históricos, reportes de publicación, métricas de alcance e impresiones y demás evidencias proporcionadas por la plataforma |

## 2.4 Requisitos mínimos por cada medio o plataforma

1. Acreditar, mediante carta o certificación, que el medio de comunicación, espacio, programa, canal de difusión o plataforma ofertada corresponde directamente al oferente titular del espacio o servicio objeto de contratación (conforme aplique).
2. Presentar propuesta comercial, tarifa, media kit, cotización o documento equivalente que identifique claramente el espacio o servicio publicitario ofertado, su modalidad, tarifa y condiciones de contratación.
3. Cumplir con los requisitos legales, fiscales y de habilitación establecidos en el presente procedimiento, conforme corresponda y de acuerdo con los mecanismos de verificación disponibles para la institución.
4. Ejecutar las pautas, publicaciones, transmisiones o espacios contratados conforme a las cantidades, frecuencias, condiciones y período establecidos en la oferta y aprobados por MITUR.
5. Permitir la verificación de la ejecución de los servicios contratados y presentar las evidencias correspondientes, según la naturaleza del medio o plataforma, tales como certificaciones de transmisión, reportes de pauta, evidencias audiovisuales, capturas de pantalla, enlaces o reportes de publicación.

## 2.5 Plazo de ejecución

La ejecución tendrá una duración de **cuatro (4) meses**, contados a partir de la fecha establecida en el contrato, orden de servicio o acto de inicio. El calendario detallado de difusión formará parte de la documentación contractual.

## SECCIÓN 3. ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO

### 3.1 Caracterización del mercado

El mercado de publicidad en medios de comunicación y plataformas digitales se caracteriza por la diversidad de canales, audiencias, formatos y modelos de comercialización. Las tarifas pueden variar según el alcance, audiencia, horario, programa, ubicación del espacio, segmentación geográfica o demográfica, formato, duración, frecuencia, impresiones contratadas, estacionalidad, período de campaña y condiciones comerciales aplicables.

Para esta modalidad, el análisis de mercado se orientó en establecer que la contratación se realiza con el titular del medio o plataforma y que el precio propuesto corresponde a una tarifa directa y razonable. La selección de cada medio responde a su capacidad objetiva para alcanzar el público definido por MITUR y no únicamente a la disponibilidad del proveedor.



MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA

3.2 Fuentes de información y consultas

| NÚM. | FUENTE CONSULTADA                                               | DESCRIPCIÓN Y EVIDENCIA                                                                                                                                                                                                            |
|------|-----------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1    | Tarifario, media kit o propuesta directa del medio o plataforma | IDENTIFICACIÓN DEL MEDIO O PLATAFORMA, ESPACIO O SERVICIO OFERTADO, TARIFA, CONDICIONES COMERCIALES, FECHA Y VIGENCIA DE LA PROPUESTA. Documentación anexa al Estudio Previo.                                                      |
| 2    | Contrataciones anteriores de MITUR para servicios comparables   | REF. MITUR-CCC-PEPB-2025-0005-3 MESES- RD\$6,900,000.00<br>REF. MITUR-CCC-PEPB-2025-0003-3 MESES RD\$8,190,000.00, Esta<br>INEFI-CCC-PEPB-2026-0001-3 MESES- RD\$ 5,345,400.00. Consultas realizadas en el SECP 25 de agosto 2026. |

3.3 Matriz de verificación de los medios o plataformas propuestos

| NO. | TIPO DE MEDIO | FORMATO DE ESPACIO | CANTIDAD/<br>FRECUENCIA | COBERTURA   | CONTRATACION<br>DIRECTA (SI/NO) | PERIDO  |
|-----|---------------|--------------------|-------------------------|-------------|---------------------------------|---------|
| 1   | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 2   | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 3   | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 4   | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 5   | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 6   | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 7   | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 8   | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 9   | DIGITAL       | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 10  | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 11  | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 12  | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |
| 13  | TELEVISIÓN    | SPOT PUBLICITARIO  | SEGÚN PROPUESTA         | SEGÚN MEDIO | SI                              | 4 MESES |



**MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA**

|    |            |                      |                 |                  |    |         |
|----|------------|----------------------|-----------------|------------------|----|---------|
| 14 | TELEVISIÓN | SPOT PUBLICITARIO    | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 15 | RADIO      | SPOT PUBLICITARIO    | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 16 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 17 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 18 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 19 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 20 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 21 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 22 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 23 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 24 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN MEDIO      | SI | 4 MESES |
| 25 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 26 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 27 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 28 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 29 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 30 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 31 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 32 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 33 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 34 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
| 35 | DIGITAL    | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |



MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA

|    |         |                      |                 |                  |    |         |
|----|---------|----------------------|-----------------|------------------|----|---------|
| 36 | DIGITAL | BANNER / PUBLICACIÓN | SEGÚN PROPUESTA | SEGÚN PLATAFORMA | SI | 4 MESES |
|----|---------|----------------------|-----------------|------------------|----|---------|

*Nota: La información relativa al alcance y cobertura corresponde a las características declaradas por cada medio o plataforma en su propuesta comercial y/o documentación de respaldo presentada.*

### 3.4 Variables que pueden afectar el precio

1. Audiencia estimada, cobertura territorial y afinidad con el público objetivo.
2. Horario, programa, sección, ubicación o inventario específico donde será difundida la publicidad.
3. Formato, duración de la pieza, frecuencia, número de inserciones, impresiones o reproducciones.
4. Duración total de la campaña, estacionalidad y eventos de alta demanda publicitaria.
5. Segmentación geográfica, demográfica o por intereses en plataformas digitales.
6. Impuestos aplicables y condiciones de pago.
7. Descuentos directos por volumen, frecuencia o contratación institucional, debidamente documentados.

## SECCIÓN 4. MATRIZ CONSOLIDADA DE IDENTIFICACIÓN Y VALORACIÓN ECONÓMICA DE LOS MEDIOS O PLATAFORMAS PROPUESTOS

### 4.1 Estimación del costo

La determinación y distribución de los montos por cada medio corresponde al análisis técnico realizado por el área requirente. Para estos fines se han considerado criterios como el histórico de contratación, referencias disponibles, impacto y alcance del medio, cobertura geográfica o provincia, así como el tipo de medio, radio, televisión o digital.

| NO. | UNIDAD | CANTIDAD | TARIFA DIRECTA RD\$ | TOTAL, RD\$    |
|-----|--------|----------|---------------------|----------------|
| 1   | UD     | 4        | RD\$ 100,000.00     | RD\$400,000.00 |
| 2   | UD     | 4        | RD\$150,000.00      | RD\$600,000.00 |
| 3   | UD     | 4        | RD\$40,000.00       | RD\$160,000.00 |
| 4   | UD     | 4        | RD\$40,000.00       | RD\$160,000.00 |
| 5   | UD     | 4        | RD\$40,000.00       | RD\$160,000.00 |
| 6   | UD     | 4        | RD\$90,000.00       | RD\$360,000.00 |
| 7   | UD     | 4        | RD\$90,000.00       | RD\$360,000.00 |
| 8   | UD     | 4        | RD\$60,000.00       | RD\$240,000.00 |
| 9   | UD     | 4        | RD\$20,000.00       | RD\$80,000.00  |



MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA

|    |    |   |               |                |
|----|----|---|---------------|----------------|
| 10 | UD | 4 | RD\$60,000.00 | RD\$240,000.00 |
| 11 | UD | 4 | RD\$60,000.00 | RD\$240,000.00 |
| 12 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |
| 13 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |
| 14 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |
| 15 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00  |
| 16 | UD | 4 | RD\$30,000.00 | RD\$120,000.00 |
| 17 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00  |
| 18 | UD | 4 | RD\$30,000.00 | RD\$120,000.00 |
| 19 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |
| 20 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00  |
| 21 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00  |
| 22 | UD | 4 | RD\$80,000.00 | RD\$320,000.00 |
| 23 | UD | 4 | RD\$30,000.00 | RD\$120,000.00 |
| 24 | UD | 4 | RD\$60,000.00 | RD\$240,000.00 |
| 25 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |
| 26 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00  |
| 27 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |
| 28 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |
| 29 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |
| 30 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00  |
| 31 | UD | 4 | RD\$40,000.00 | RD\$160,000.00 |



**MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA**

|    |    |   |               |               |
|----|----|---|---------------|---------------|
| 32 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00 |
| 33 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00 |
| 34 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00 |
| 35 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00 |
| 36 | UD | 4 | RD\$20,000.00 | RD\$80,000.00 |

**PRESUPUESTO TOTAL RD\$6,240,000.00**

=====

El presupuesto estimado ha sido determinado con base en las tarifas y propuestas comerciales presentadas directamente por los medios de comunicación y plataformas propuestos, correspondientes a los espacios y servicios objeto de contratación. Para su determinación se consideraron los precios ofertados, las condiciones de contratación y el período de ejecución de cuatro (4) meses, así como referencias de contrataciones anteriores de MITUR para servicios comparables, cuando resultaron aplicables.

Los precios considerados corresponden a las tarifas directas ofertadas por los titulares de los medios o plataformas, conforme a la documentación de respaldo presentada. El monto total estimado deberá corresponder con la disponibilidad presupuestaria aprobada previamente a la convocatoria.

#### Modalidad de contratación

La ejecución de este procedimiento será bajo la modalidad de excepción por selección directa para la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital, conforme a lo establecido en el numeral 7 del artículo 78 de la Ley núm. 47-25 y el artículo 167 del Decreto núm. 52-26. Dicho procedimiento será gestionado por el Comité de Contrataciones Públicas del MITUR, de conformidad con la referida ley.

#### 4.2 Partida presupuestaria y disponibilidad

La contratación se financiará con cargo a la partida presupuestaria **2.2.2.1.01** conforme a la certificación de apropiación presupuestaria ID DOC. **EG1787605653455wdFsj. Num. Prev. 2026.0213.01.0001.8781-Versión 1** de fecha **24 de agosto de 2026**.

#### 4.3 Forma de pago propuesta

El monto adjudicado será dividido en pagos mensuales, conforme a la duración del servicio, durante un período de cuatro (4) meses de ejecución. Cada pago estará sujeto a la recepción conforme de los servicios contratados por parte de la unidad operativa correspondiente, mediante el respectivo informe de aceptación, y a la presentación de la documentación requerida para fines de pago.

Los pagos se efectuarán en un período no mayor de treinta (30) días hábiles, contados a partir de que el oferente remita al supervisor o responsable del contrato las facturas correspondientes, siempre que se haya verificado el cumplimiento de las condiciones establecidas para el pago.

Para cada pago, el adjudicatario deberá presentar:



**MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA**

- Factura correspondiente al período ejecutado, a nombre del Ministerio de Turismo (MITUR), en pesos dominicanos (RD\$), debidamente firmada y sellada, acompañada de su comprobante fiscal gubernamental.
- Informe de aceptación emitido por la unidad operativa correspondiente, mediante el cual se haga constar la recepción conforme de los servicios contratados.
- Evidencias y detalle de la ejecución del servicio, de acuerdo con la naturaleza del medio contratado, tales como certificaciones de transmisión, reportes de pauta, evidencias audiovisuales, capturas de pantalla, enlaces, reportes de publicación u otros documentos que permitan verificar la prestación efectiva del servicio.
- Cualquier otra documentación requerida conforme a las condiciones establecidas en el procedimiento de contratación.

En caso de que resulte aplicable, de conformidad con el calendario de plazos máximos establecido en el artículo 37 de la Ley núm. 32-23 sobre Facturación Electrónica de la República Dominicana, así como con lo dispuesto en el artículo 10 del Decreto núm. 587-24, que establece el marco regulatorio para el uso e implementación de la factura electrónica, los comprobantes fiscales electrónicos (e-CF) y el Sistema Fiscal de Facturación Electrónica de la República Dominicana, el adjudicatario deberá emitir una factura electrónica con Comprobante Fiscal Electrónico Gubernamental (e-CF, Tipo 45), la cual constituirá el medio válido de facturación para los servicios objeto del presente procedimiento.

El proveedor, al momento del registro del contrato u orden de compra, así como al momento del pago, deberá presentar, cuando corresponda y sea requerido, las certificaciones emitidas por la Dirección General de Impuestos Internos (DGII) y la Tesorería de la Seguridad Social (TSS), a fin de acreditar que se encuentra al día en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales y de seguridad social.

#### **4.4 Modalidad de selección y fundamento**

Por la naturaleza del objeto, corresponde aplicar el procedimiento de excepción por selección directa para contratación de publicidad en medios o plataformas de comunicación social y digital. La procedencia de esta modalidad se sustenta en que cada orden de servicio o contrato deberá formalizarse directamente con el medio o plataforma titular del espacio, programa o canal de difusión, sin intermediarios comerciales de acuerdo con la normativa vigente.

### **SECCIÓN 5. TIPO DE CONTRATO, RIESGOS Y GARANTÍAS**

#### **5.1 Tipo de contrato**

El instrumento para formalizar corresponde una orden de servicio de publicidad, en virtud de la cual el medio, programa o plataforma adjudicado se obliga a reservar y ejecutar directamente los espacios de difusión contratados, conforme al calendario, formatos, cantidades, cobertura, métricas, precio y demás condiciones definidas en las bases de la contratación y en su propuesta.

#### **5.2 Matriz de riesgos previsible**

| Riesgo identificado                                                       | Probabilidad | Impacto | Responsable | Medida de mitigación                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Incumplimiento total o parcial de la pauta contratada                     | Media        | Alto    | Proveedor   | Pago contra ejecución; reposición sin costo; evidencias y certificación de pauta.                |
| Difusión en horario, espacio, ubicación o inventario distinto al aprobado | Media        | Medio   | Proveedor   | Calendario aprobado; control previo; reposición equivalente o superior.                          |
| Reportes o métricas insuficientes para verificar la ejecución             | Media        | Alto    | Proveedor   | Formato mínimo de reporte; acceso a métricas; condicionamiento del pago a evidencia verificable. |



MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA

| Riesgo identificado                                                                       | Probabilidad | Impacto | Responsable            | Medida de mitigación                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Interrupciones técnicas de la señal o plataforma                                          | Baja / Media | Medio   | Proveedor / Compartido | Reprogramación, reposición de espacios o extensión del período cuando proceda.                                           |
| Retraso de MITUR en la entrega o aprobación de piezas o contenido publicitario            | Media        | Medio   | MITUR                  | Calendario de entrega y aprobación; responsables definidos; comunicación formal de cambios.                              |
| Variación de precios durante el período contractual                                       | Baja         | Medio   | Proveedor              | Precio pactado y condiciones comerciales definidas para el período contratado, salvo modificación legalmente procedente. |
| Ubicación del contenido en contexto inadecuado o contrario a lineamientos institucionales | Baja         | Alto    | Proveedor / MITUR      | Lineamientos de ubicación y seguridad de marca; aprobación de espacios; mecanismo de retiro o sustitución.               |
| Contratación indirecta o intervención de intermediarios                                   | Baja         | Alto    | Proveedor / MITUR      | Verificación de titularidad, contratación directa y documentación que acredite ausencia de intermediación.               |

### 5.3 Garantías

|                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Garantía de mantenimiento y seriedad de la oferta</b> | No aplica a este procedimiento por tratarse de una excepción por selección directa conforme lo establecido en el párrafo único del artículo 201 del Decreto 52-26                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Garantía de fiel cumplimiento</b>                     | Si el contrato u orden excede el equivalente en pesos dominicanos de US\$10,000.00, se le exigirá al proveedor su constitución. Su monto será equivalente al cuatro por ciento (4 %) de la adjudicación y será presentada de manera opcional siempre que las bases de la contratación así lo establezcan. Para MIPYMES, será del uno por ciento (1 %). Si el valor no excede dicho equivalente, la institución se reserva el derecho de colocarlo en el pliego. |
| <b>Garantía de buen uso del anticipo</b>                 | Sólo si es MIPYMES certificado mediante la constancia vigente expedida por el MICM, siempre que sea solicitada por el prestador, pudiendo renunciar a su otorgamiento al momento de la notificación de la adjudicación, en virtud de la naturaleza de la contratación.                                                                                                                                                                                          |
| <b>Otras garantías</b>                                   | N/A                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## SECCIÓN 6. SOSTENIBILIDAD, VERIFICACIÓN Y CONCLUSIÓN

### 6.1 Criterios de sostenibilidad y valor por dinero

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Criterio económico</b>                 | Se verificará la razonabilidad del precio directo y la ausencia de comisiones de intermediación. Los pagos estarán vinculados a prestaciones efectivamente comprobadas.                                                                             |
| <b>Criterio social y de accesibilidad</b> | Cuando resulte aplicable al formato suministrado y exigido por MITUR, se procurará que las piezas y espacios de difusión faciliten el acceso a la información a públicos diversos, incluyendo mecanismos de accesibilidad compatibles con el medio. |
| <b>Criterio ambiental</b>                 | Se priorizarán soportes digitales y mecanismos de reporte electrónico para reducir impresiones y documentación física innecesaria.                                                                                                                  |
| <b>Integridad y trazabilidad</b>          | Cada medio deberá aportar evidencia de titularidad, precio, pauta ejecutada y métricas, de forma que el expediente permita reconsiderar la decisión y verificar el cumplimiento.                                                                    |
| <b>Valor por dinero</b>                   | La selección del medio deberá ponderar conjuntamente precio, cobertura, audiencia, pertinencia, frecuencia, capacidad de medición y contribución al objetivo de promoción turística.                                                                |

### 6.2 Verificación de completitud antes de publicar

- ☐ ✓ La necesidad y su vinculación institucional están documentadas.
- ☐ ✓ El objeto y el alcance excluyen expresamente la creación de contenido publicitario.



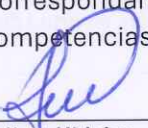
**MINISTERIO DE TURISMO  
REPÚBLICA DOMINICANA**

- ☐ ✓ Se identificaron los medios o plataformas y se acreditó su titularidad.
- ☐ ✓ La contratación se realiza directamente con cada medio o plataforma, sin intermediarios.
- ☐ ✓ Se incorporaron fuentes suficientes para justificar precio, audiencia, cobertura y pertinencia.
- ☐ ✓ El presupuesto estimado y la partida presupuestaria están completos y respaldados.
- ☐ ✓ La matriz de riesgos fue revisada y ajustada a las condiciones reales de la contratación.
- ☐ ✓ Las garantías fueron definidas conforme al monto y a la condición del adjudicatario.

### 6.3 Conclusión y recomendación

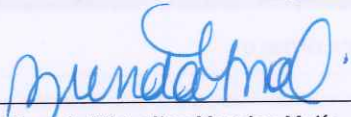
Del análisis de la necesidad institucional, el objeto contractual, las condiciones del mercado, el presupuesto, los riesgos y el régimen jurídico aplicable, se concluye que la contratación directa de espacios y servicios de difusión publicitaria con los medios o plataformas que resulten debidamente justificados constituye una alternativa apta para atender la necesidad identificada, al encontrarse vinculado al cumplimiento de las funciones de este MITUR, en el marco de la Ley no. 541 de 1969, siempre asegurándonos que cada contratación se formalice directamente con el titular del medio o plataforma, no incluya creación de contenido publicitario y cuente con evidencia suficiente de razonabilidad del precio y pertinencia de la audiencia.

En consecuencia, se recomienda iniciar el procedimiento **MITUR-CCC-PEPB-2026-0012** por un período de **cuatro (4) meses**, por un presupuesto estimado de **SEIS MILLONES DOSCIENTOS CUARENTA MIL PESOS DOMINICANO CON 001/100 (RD\$6,240,000.00)** sujeto a la aprobación del Comité de Contrataciones Públicas y a la incorporación al expediente de los soportes técnicos, financieros, jurídicos y presupuestarios correspondientes, con sujeción las condiciones técnicas, presupuestarias y contractuales establecidas en el presente estudio previo, el cual forma parte integral del expediente administrativo del proceso, siendo su elaboración, contenido y suficiencia técnica responsabilidad exclusiva del área requiriente, sin perjuicio de las funciones de revisión que correspondan conforme a la normativa vigente a las áreas financiera y jurídica, en el marco de sus respectivas competencias y funciones,

  
Juana Evangelista Hidalgo

Encargada del Departamento de Publicidad

  
Enrique Antonio Panson Brisindi  
Director Administrativo

  
Brenda Miguelina Morales Mejía  
Directora Jurídica