



INFORME JUSTIFICATIVO

Servicio de Patrocinio de la Academia Félix Sánchez

**Colaboración Institucional de la Academia Félix Sánchez y
el Seguro Nacional de Salud (SeNaSa).**

Santo Domingo, D.N
República Dominicana
05 de agosto de 2026

INTRODUCCIÓN

A continuación, presentamos al Comité de Compras y Contrataciones el informe justificativo para el uso del procedimiento de excepción, bajo la modalidad de selección directa, correspondiente a un servicio de publicidad a través de las redes sociales de la Academia Félix Sánchez para el Seguro Nacional de Salud (SeNaSa).

Es importante señalar que, para la elaboración del presente informe justificativo relativo al uso del procedimiento de excepción por selección directa para servicio de patrocinio mediante publicidad en las redes sociales de la Academia Félix Sánchez, en el marco de la colaboración institucional con el Seguro Nacional de Salud (SeNaSa), se tomaron en cuenta las disposiciones contenidas en la Ley Núm. 47-25, su Reglamento de Aplicación y la circular sobre el uso correcto del procedimiento de excepción para la contratación de servicios de publicidad a través de los medios de comunicación.

Apegándonos a la legislación nacional como la Constitución Dominicana, y los principios de eficiencia, igualdad y libre competencia, transparencia y publicidad, economía y flexibilidad, equidad, razonabilidad moralidad y buena fe, reciprocidad, participación y razonabilidad.

4

Sin más preámbulo invitamos a conocer nuestro informe pericial y recomendaciones de lugar.

OBJETIVO

Presencia de marca en las redes sociales de la Academia Félix Sánchez, en modalidad de colaboración con el Seguro Nacional de Salud (SeNaSa).

REQUERIMIENTO Y CERTIFICACIÓN DE FONDOS.

14

Presencia de marca en redes sociales, conforme a los detalles técnicos siguientes:

EMPRESA	RNC	MEDIO DE COMUNICACIÓN Y/ O PROGRAMA TELEVISIVO	JUSTIFICACIÓN	PLAZO	MONTO
Academia Félix Sánchez, SRL	1-32-34038-8	Redes sociales (Academia Félix Sánchez)	Fortalecer la imagen institucional de SeNaSa mediante la presencia de marca en las redes sociales de la Academia Félix Sánchez, promoviendo la visibilidad de la institución y su compromiso con iniciativas vinculadas al deporte, la salud y el bienestar. - Presencia de marca en publicaciones, historias y demás contenidos difundidos en las plataformas digitales de la Academia Félix Sánchez. - Vinculación de la marca SeNaSa con contenidos relacionados a atletas, entrenamientos, actividades deportivas y eventos institucionales de la academia. - Incremento del alcance, reconocimiento y recordación de marca a través de piezas digitales orientadas a la comunidad deportiva y al público vinculado a la academia.	2 año	RD\$ 575,000.00

Para esta contratación contamos con un monto total de **RD\$575,000.00**

ESTUDIOS PREVIOS Y/O INFORME DE EVALUACIÓN PUBLICITARIA.

Presencia de marca en redes sociales:

El ecosistema digital en la República Dominicana ha adquirido una relevancia significativa dentro de las estrategias de comunicación institucional, debido a la alta interacción de los usuarios en redes sociales y a la capacidad de estas plataformas para difundir mensajes de manera segmentada, ágil y medible. En ese sentido, la presencia de marca en las redes sociales de la Academia Félix Sánchez representa una oportunidad estratégica para fortalecer la visibilidad del Seguro Nacional de Salud (SeNaSa) y vincular su imagen institucional con iniciativas asociadas al deporte, la salud, la disciplina y el bienestar.

Efectividad de la presencia digital: Permite generar mayor recordación e impacto de la marca mediante contenidos visuales y audiovisuales adaptados al comportamiento de las audiencias en redes sociales, favoreciendo la interacción directa, el reconocimiento institucional y la asociación positiva de SeNaSa con iniciativas vinculadas al deporte, la salud y el bienestar.

Alcance en comunidades vinculadas al deporte, salud y bienestar: Facilita la difusión del mensaje institucional hacia públicos específicos relacionados con atletas, entrenadores, familias, seguidores de la Academia Félix Sánchez y comunidades interesadas en estilos de vida saludables, ampliando la visibilidad de la marca en segmentos afines a los objetivos institucionales.

Relación costo-beneficio: La inversión resulta pertinente, ya que permite una exposición continua de la marca durante el período contratado, con posibilidad de medición a través de indicadores como alcance, impresiones, interacciones, frecuencia de publicación y nivel de exposición digital.

Tomamos en cuenta los siguientes criterios:

- **Alcance y comunidad digital:** Se evaluó la capacidad de las redes sociales de la Academia Félix Sánchez para llegar a una audiencia vinculada al deporte, la salud y el bienestar, así como su potencial para proyectar la marca SeNaSa ante públicos de interés institucional.
- **Relevancia del contenido:** Se consideró la coherencia entre los contenidos difundidos por la academia y los valores institucionales de SeNaSa, procurando que la presencia de marca se integre de manera natural en publicaciones relacionadas con atletas, entrenamientos, actividades deportivas y acciones de bienestar.
- **Interacción y posicionamiento digital:** Se valoró la capacidad de las plataformas digitales para generar interacción, reconocimiento y recordación de marca, así como para fortalecer el posicionamiento institucional de SeNaSa dentro de una comunidad activa y relacionada con hábitos saludables.
- **Medición de resultados:** Se tomó en cuenta la posibilidad de documentar la ejecución mediante evidencias digitales, tales como capturas de publicaciones, reportes de alcance, impresiones, interacciones y demás indicadores disponibles en las plataformas utilizadas.

¿Por qué realizar una contratación de excepción bajo la modalidad de contratación de publicidad a través de los medios de comunicación social?

Luego del análisis de los estudios previos anteriormente citados, tomando como referencia las disposiciones contenidas en la Circular Núm. DGCP44-PNP-2023-0003 sobre el Uso correcto del procedimiento de excepción para la contratación de servicio de publicidad a través de los medios de comunicación.

En vista de lo anteriormente citado y tomando como referencia lo establecido en el Manual General De Procedimiento De Contratación Por Excepción de la Ley 340-06 (derogada), hemos agotado la metodología anteriormente aplicada para proceder con la elaboración del informe de justificación del uso de la excepción.

En tal sentido, es nuestro deber hacer constar que la Nueva Ley 47-25 dispone en su Art. 77 que la contratación por excepción es aquella que se desarrolla exceptuando de su aplicación el rigor de los procedimientos ordinarios, y que solo puede realizarse bajo las circunstancias, situaciones y condiciones previstas en la presente ley y sus reglamentos de aplicación.

La situación que nos ocupa se enmarca en las circunstancias previstas por la normativa vigente que justifican la inaplicabilidad de los procedimientos ordinarios de contratación. En efecto, la naturaleza del servicio requerido —*consistente en la contratación de espacios de publicidad en medios o plataformas de comunicación social y digital*— responde a características particulares del mercado de la comunicación, donde la titularidad y gestión de los espacios publicitarios corresponde de manera exclusiva a cada medio o plataforma, lo que impide la existencia de condiciones de competencia homogéneas propias de un procedimiento ordinario.

En tal sentido, el numeral 7 del artículo 78 de la Ley núm. 47-25 reconoce expresamente como procedimiento de excepción *“la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital, siempre y cuando la institución contratante realice la contratación directamente con los medios o plataformas sin hacer uso de intermediarios”*. En el presente caso, la contratación se realizará directamente con el medio o plataforma correspondiente, sin la intervención de intermediarios, configurándose así el supuesto normativo que habilita la utilización del referido procedimiento de excepción.

La configuración del supuesto legal invocado se verifica en virtud de que el objeto de la contratación consiste en la colocación de espacios publicitarios en medios digitales, específicamente en las redes sociales administradas por la Academia Félix Sánchez. En el caso de que se trata, dichos espacios forman parte de plataformas digitales cuya titularidad, administración, producción, publicación y control corresponden exclusivamente a la referida academia, en su calidad de gestora de dichos canales digitales. En consecuencia, los espacios publicitarios disponibles en esas plataformas solo pueden ser contratados directamente con quien los administra, lo cual imposibilita la concurrencia de oferentes en condiciones equivalentes, propias de un procedimiento ordinario de contratación.

En ese sentido, la contratación, bajo un esquema de contratación directa con el medio de comunicación, sin la intervención de intermediarios, configurándose de manera clara el supuesto previsto en el numeral 7 del artículo 78 de la Ley núm. 47-25, relativo a la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital mediante procedimiento de excepción.

VISTA: La Constitución de la República Dominicana proclamada el 27 de octubre de 2024.

VISTA: La Ley No. 47-25 sobre Contrataciones Publicas, de fecha 21 de julio de 2025.

VISTO: El Reglamento de Aplicación de Ley No. 47-25 promulgado mediante el Decreto Núm. 52-26, de fecha 28 de enero de 2026.

VISTA: La Circular Núm. DGCP44-PNP-2023-0003 Uso correcto del procedimiento de excepción para la contratación de servicio de publicidad a través de los medios de comunicación.

VISTO: El manual general de procedimientos de contratación por excepción de la Ley 340-06, aprobado por la Dirección general de Compras y Contrataciones, en fecha 23 de enero de 2023. (derogado)

VISTO: El Decreto No. 1-24 de fecha 02 de enero del 2024, que establece los criterios e instrucciones directamente con los medios de comunicación, comunicadores, periodistas o influenciadores de los medios digitales.

CONCLUSIÓN

1ero. Recomendamos dar como bueno y válido en cuanto a la forma y fondo el presente informe justificativo de procedimiento de compras por excepción para la **contratación de publicidad para el Seguro Nacional de Salud (SeNaSa)**.

2do. Recomendamos ejecutar el Servicio de patrocinio Academia Félix Sánchez a través de procedimiento de selección directa para la contratación de publicidad en medios o plataformas de comunicación social y digital (PEPB) establecida en el reglamento de aplicación número 52-26.

Keilin Jasmin Jáquez Batista
Gerencia de Comunicación y Mercadeo