Año de la Innovación y la Competitividad

Resolución número 2-2019

El Comité de Compras y Contrataciones de la Dirección General de Comunicación (DICOM), debidamente conformado por sus miembros: Roberto Rodríguez-Marchena, Director General, Presidente, Lilliam O. Mendez, Directora Administrativa y Financiera, Leonardo Grisanty Cosme, Encargado de Planificación y Desarrollo, Edunelcy Patricia Espinal, Encargada Legal y Mercedes Tomasina Veras, Responsable de la Oficina de Libre Acceso de la Información (RAI), miembro, todos de conformidad con la convocatoria que les fuera hecha al efecto por el Presidente del Comité.

VISTO: El Decreto 490-12, de fecha veintiún (21) del mes de Agosto del año dos mil doce (2012), que crea la Dirección General de Comunicación (DICOM), quien diseña, coordina y dirige toda la política de comunicación del Gobierno con la sociedad dominicana.

VISTO: Que la Dirección General de Comunicación tiene como Misión: Facilitar la comunicación entre el gobierno y la sociedad dominicana, comunicando las decisiones, iniciativas, planes, actividades, beneficios y oportunidades de las políticas públicas; construir relaciones duraderas y satisfactorias con los ciudadanos, medios de comunicación y organizaciones sociales que permitan empoderarlos y recoger sus opiniones, inquietudes e ilusiones.

VISTO: Que la Dirección General de Comunicación es el órgano rector del Sistema de Comunicación Gubernamental (SICOM).

VISTO: El Plan Operativo Anual de la Institución correspondiente al año Dos Mil Diecinueve (2019).

VISTO: El Plan de Compras Anual (PAC), correspondiente al año Dos Mil Diecinueve (2019).

VISTO: El informe técnico presentado por la Dirección de Relaciones Comunicaciones para la ejecución de los objetivos y metas establecidos para el año Dos Mil Diecinueve (2019).

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN

VISTA: La Ley No.340-06 de Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones de fecha Dieciocho (18) de agosto del año Dos Mil Seis (2006), y sus modificaciones.

VISTO: El Reglamento de Aplicación emitido mediante Decreto No.543-12, de fecha Seis (06) del mes de septiembre del año Dos Mil Doce (2012).

VISTA: La Ley No.488-08, que establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), publicado en Gaceta Oficial No.10502, del 30 de diciembre del año Dos Mil Ocho (2008).

VISTO: El Decreto No.15-2017, que establece procedimientos para asegurar el control del gasto y pago a proveedores.

CONSIDERANDO: Que el Artículo 36 del Reglamento de Aplicación 543-2012 de la Ley No.340-06, sobre Compras y Contrataciones establece que: "Las entidades comprendidas en el ámbito del presente Reglamento conformarán un Comité de Compras y Contrataciones. Este Comité será permanente y estará constituido por cinco miembros: el funcionario de mayor jerarquía de la institución, el Director Administrativo y Financiero de la entidad o su delegado, el Consultor Jurídico de la entidad, quien actuará en calidad de Asesor Legal; el responsable del área de Planificación y Desarrollo o su equivalente; y el responsable de Acceso a la Información Pública (RAI)".

CONSIDERANDO: Que el Articulo 6 de la Ley No.340-06 referente a las exclusiones del procedimiento de compras y contrataciones establece en el numeral 8: La contratación de publicidad a través de medios de comunicación social.

CONSIDERANDO: Que el Articulo 3, Numeral 10 del Reglamento de Aplicación 543-12 indica: "Serán considerados casos de excepción y no una violación a la Ley, las "situaciones" que se detallan a continuación, siempre y cuando se realicen de conformidad con los procedimientos que se establecen en el presente Reglamento: La contratación de publicidad a través de medios de comunicación social siempre y cuando la Entidad Contratante realice la contratación directamente con los medios de comunicación social sin hacer uso de servicios de intermediarios".

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN

CONSIDERANDO: Que conforme al Principio de Transparencia y Publicidad indicado en el Articulo 3, Literal 3 de la Ley No.340-06 sobre Compras y Contrataciones, "Las Compras y Contrataciones Públicas comprendida en esta ley se ejecutaran en todas sus etapas en un contexto de transparencia basada en la publicidad y difusión de las actuaciones derivadas de la aplicación de esta ley".

CONSIDERANDO: Que el Numeral 3 del Artículo 4 del Reglamento de Aplicación de la ley 340-06 establece: "Todos los demás casos de excepción mencionados en el Articulo 3 se iniciarán con la resolución motivada, emitida por el Comité de Compras y Contrataciones, recomendando el uso de la excepción, previo informe pericial que lo justifique".

CONSIDERANDO: Que el Numeral 4 del Artículo 4 del Reglamento de Aplicación de la Ley 340-06 establece: Para todos los procesos, exceptuando los casos de emergencia y seguridad nacional, será necesario contar con la Certificación de Existencia de Fondos y Cuota de Compromiso, emitida por el Director Administrativo-Financiero de la Entidad Contratante, para la firma del correspondiente contrato o el otorgamiento de una orden de compras de bienes o servicios.

CONSIDERANDO: Que la comunicación gubernamental procura construir una relación duradera y de confianza con los ciudadanos y sus organizaciones; fortalecer las redes y espacios ciudadanos, integrados por organizaciones empresariales, profesionales, gremiales, periodistas, ciudadanos en la redes sociales, académicas, sociales y territoriales para que distribuyan y retroalimenten la comunicación pública. Esta relación de confianza Gobierno-Sociedad que energizamos, facilita mayores niveles de participación y movilización de los ciudadanos.

CONSIDERANDO: Que la política de comunicación del Gobierno acoge el nuevo mapa mediático de nuestro país, reconociendo la importancia de los pequeños, medianos y microempresarios de la comunicación, propietarios de canales y emisoras locales, productores y comunicadores en todo el territorio nacional. La frugalidad y la democratización caracteriza la inversión publicitaria del Gobierno de Danilo Medina.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN

CONSIDERANDO: Que la Dirección General de Comunicación procura construir relaciones duraderas y satisfactorias con sus proveedores y cumplir el mandato de la ley, observa los procedimientos de compra y contrataciones del Estado dominicano, favorece a las micro, pequeñas y medianas empresas y cumple sus obligaciones de pago puntual y a tiempo.

CONSIDERANDO: Que la inversión publicitaria realizada por la Dirección General de Comunicación se realiza a nivel nacional, tomando en cuenta a los canales de televisión, emisoras, periódicos impresos y medios digitales; pero sobre todo brindándoles oportunidades a los comunicadores de los lugares más apartados y alejados en la geografía nacional.

CONSIDERANDO: Que la Dirección General de Comunicación trabaja un amplio programa de colocación publicitaria a nivel nacional durante todo el año y con el fin de eficientizar y simplificar los trámites administrativos para la contratación de colocación de publicidad a nivel nacional.

El Comité de Compras y Contrataciones, conforme a las atribuciones que le confiere la Ley No.340-06, sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, de fecha Dieciocho (18) del mes de Agosto del año Dos Mil Seis (2006) y sus modificaciones, y el Reglamento de Aplicación aprobado mediante el Decreto No.543-12, de fecha Seis (06) del mes de Septiembre del año Dos Mil Doce (2012), luego de revisado el informe pericial presentado, por unanimidad de votos, decide adoptar la siguiente resolución:

RESUELVE:

PRIMERO: Aprueba el uso de la excepción para la contratación de toda la publicidad programada a partir del 01 de marzo del año Dos Mil Diecinueve (2019); conforme el Articulo

No.3, Numeral 10 del Reglamento de Aplicación de la Ley 340-06 sobre Compras y Contrataciones Públicas aprobado mediante el Decreto 543-12.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN

SEGUNDO: Ordena la publicación de la presente resolución en el Portal Institucional de esta Dirección General de Comunicación.

TERCERO: Ordena que todo expediente de contratación de colocación de publicidad le sea anexado una copia de esta resolución.

En Santo Domingo, Distrito Nacional, capital de la República Dominicana a los Veinticuatro (24) días del mes de enero del año dos mil diecinueve.

Roberto Rodríguez-Marchena
Presidente

Lilliam Méndez Batista
Miembro

Leonardo Grisanty Cosme
Miembro

Mercedes Veras
Miembro

Edunelcy Espinal
Miembro

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN

22 de enero de 2019
Santo Domingo, D.N.-

Informe:
Agilización del Proceso de Contratación de Publicidad

La Dirección General de Comunicación (DICOM), mediante la contratación de publicidad para la visualización, información y orientación sobre las políticas públicas ejecutadas por el gobierno del presidente Danilo Medina, llevando a cabo una política de inclusión de microempresarios de la comunicación que incluye a productores de programas de televisión, radio, dueños de periódicos digitales y periódicos impresos a nivel nacional, logrando que estos puedan obtener la información de primera mano, actualizada y con calidad.

El objetivo de DICOM es llegar a todo el país a través de estos microempresarios, insertándolos en nuestras políticas comunicacionales, ayudándoles así a potenciar sus fortalezas.

Con esta política de inclusión la DICOM ha logrado los siguientes avances:

1. Eliminación de intermediarios que en el pasado se aprovechaban del desconocimiento y debilidades financieras de estos microempresarios, estableciendo cuotas a su conveniencia.

2. Formalizar el estatus legal de cada uno de ellos ante las instituciones gubernamentales que intervienen en las contrataciones públicas lo que incidió en que estos ampliaran su cartera de clientes de manera directa, convirtiéndose de esta manera en entes de desarrollo en sus comunidades.

3. Mejorar la situación financiera de cada microempresario ya que a través de los pagos regulares por el concepto de la contratación de publicidad mediante entidades bancarias, éstos se han convertido en clientes con facilidades de préstamos a tasas justas, evitando de este modo acudir a prestamistas usureros.

4. Estos pequeños empresarios ahora son más independientes para desarrollar otras actividades productivas, logrando de esta manera mejorar su condición de vida.

5. Con el desarrollo del sistema de Colocación de Publicidad vía Internet, hemos ayudado al ahorro de recursos, evitando el desplazamiento desde sus provincias hasta la ciudad para formalizar sus contrataciones, ya que desde la comodidad de sus computadoras y móviles pueden hacerlo.

6. Este sistema también permitió, la inclusión en nuestra pauta de medios, de varios comunicadores con diferentes discapacidades que antes no optaban por la contratación de publicidad de DICOM por las distintas dificultades que implica su traslado.

Nuestra meta para el dos mil diecinueve (2019) es la contratación mensual de doce millones de pesos (RD$12, 000,000) destinados especialmente a estos microempresarios de la comunicación a nivel nacional.

a) Aumentar la cantidad de medios nacionales y renovar la relación con ellos.

b) Reducir el tiempo para procesar los documentos para la emisión de órdenes de publicidad.

c) Una pauta mensual estimada entre los 280 y 300 medios, que incluye radio, televisión, periódicos impresos y digitales.

Por los motivos anteriores, cortésmente solicitamos al Comité de Compras y Contrataciones, como ente responsable de los procesos por excepción, tomar las medidas oportunas para que la DICOM pueda lograr las metas indicadas.

Cordialmente,

PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA DOMINICANA
DIRECCION GENERAL DE COMUNICACION

Cynthia Rosario Polanco
Sub-Directora Relaciones Comunicaciones