



PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA  
**Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA)**  
**Dirección de Comunicaciones**

**“Año de la Consolidación de la Seguridad Alimentaria”**

**INFORME TÉCNICO PERICIAL**

**CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD POR  
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

El suscrito **Lic. Melvinson Almánzar**, Director de Comunicaciones de la Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA); en virtud de la necesidad específica de promover el uso de nuestros autobuses como política masiva a favor de los ciudadanos; en virtud del imperativo de promover nuestras rutas en el mecanismo electrónico de Google Maps; en virtud de que se requiere la publicación de espacios pagados en la prensa escrita (Licitaciones, Comparaciones de Precios, Resoluciones contratación de empleados, campañas de educación, etc.); en virtud la necesidad cotidiana de dar a conocer nuestras ejecutorias para mostrar a la sociedad lo que hacemos con los recursos del pueblo; promoción de eventos de diversas índoles, campañas publicitarias, entre otros formatos. En el orden de las necesidades anteriores y de los requerimientos para la contratación de estos servicios por medio del procedimiento de excepción, sustentado bajo la Ley No.340-06, sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, modificada por la Ley No.449-06 y su Reglamento de Aplicación emitido mediante el Decreto. No. 543-12, han podido constatar lo siguiente:

**NECESIDAD DE ORIENTAR A LOS USUARIOS SOBRE LOS NUEVOS  
CORREDORES QUE PRETENDE ABRIR LA OMSA**

Nos vemos precisados a colocar publicidad en este aspecto, en razón del inicio de las operaciones de dos corredores en Barahona a partir de este año y los planes de expansión hacia varias provincias con nuevas rutas, tales como: San Francisco de Macorís, La Romana, San Pedro de Macorís, San Juan y La Altagracia. Todas las razones anteriormente expuestas nos obligan a instruir a los usuarios mediante publicidad para una mejor difusión y aprovechamiento de estos nuevos corredores.

## **NECESIDAD DE INSTRUIR A LOS USUARIOS SOBRE EL MECANISMO ELECTRÓNICO DE GOOGLE MAPS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS AUTOBUSES**

La Oficina Metropolitana de Servicios de Autobuses (OMSA) ha sido una de esas instituciones que se ha adaptado a los nuevos tiempos y para eso ha caminado de la mano con la “República Digital”; más de 300 autobuses serán dotados de equipos para el cobro electrónico, durante el 2020. La OMSA pretende este año instruir a sus usuarios para ese nuevo instrumento de pago y en tal virtud se requiere promoción y publicidad. A partir de los primeros meses del 2020 los usuarios podrán rastrear las unidades de la entidad a través de Google Maps, y pronto habrá una aplicación particular que cumplirá la misma función. Google Maps permite conocer las rutas de los autobuses y el tiempo que toma cada unidad para llegar a las paradas. Para tales fines se hacen necesarias campañas audiovisuales de educación y promoción del servicio.

## **PROMOCIÓN DE LAS EJECUTORIAS DE LA INSTITUCIÓN**

Una de las formas de rendir cuentas a la ciudadanía es publicar y promover las acciones que se realizan utilizando los fondos públicos, en tal sentido entendemos necesario motivar y promover las políticas públicas implementadas por la OMSA, vía la colocación o compra de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y eventos de diversas índoles. La promoción se hace extensiva a las redes sociales e implica pago de publicidad en las redes, vía los denominados contenidos promocionados.

## **PUBLICACIÓN DE ESPACIOS PAGADOS EN LA PRENSA ESCRITA (LICITACIONES, COMPARACIONES DE PRECIOS, RESOLUCIONES CONTRATACIÓN DE EMPLEADOS, CAMPAÑAS DE EDUCACIÓN, ETC.)**

La Ley No.340-06 sobre Compras y Contrataciones, de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, modificada por la Ley No. 449-06 y su Reglamento de Aplicación emitido mediante el No. 543-12, en su artículo 18 indica la convocatoria a presentar ofertas en las licitaciones públicas deberá efectuarse mediante la publicación, al menos, en dos diarios de circulación nacional por el término de dos (2) días, con un mínimo de treinta (30) días hábiles de anticipación a la fecha fijada para la apertura, computados a partir del día siguiente a la última publicación, en tal sentido surge la necesidad de hacer este tipo de publicaciones en prensa escrita y también existe la necesidad de hacer otros tipos de anuncios que son evidencias para el Ministerio de Administración Pública o simplemente para expandir su conocimiento público, sobre contrataciones de empleados u otras políticas institucionales.

## **CONTRATACIONES A EMPRESAS PUBLICITARIAS Y DE EVENTOS**

Dentro de la naturaleza de las direcciones de comunicación surge la necesidad de contratar empresas publicitarias para realizar spots, documentales, infomerciales, diagramaciones, papelería, vayas, montajes de eventos, contratación de artistas, sonido, pantallas, tarimas,

Informe Técnico Pericial para la contratación de los servicios de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y eventos de diversas índoles

etc., en tal virtud es necesaria la contratación o compra de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y de montajes de eventos de diversas índoles.

### SOLUCION PROPUESTA

Ante estas situaciones, inmediatas, concretas y probadas, es necesario acudir a modalidades establecidas en las nuevas normativas de la Dirección General de Contrataciones Públicas, en la que no es posible el registro de casos como los que nos ocupan, para la contratación de dichos servicios sin aplicación de los Procedimientos de Selección establecidos en la Ley 340-06 sobre Compras y Contrataciones de Bienes, Servicios, Obras y Concesiones, el suscrito recomienda lo siguiente:

**PRIMERO:** El objeto de cada contrato u orden de compra de bienes y servicios será la colocación o compra de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y de montajes de eventos de diversas índoles.

**SEGUNDO:** El objeto de cada contrato u orden de compra a realizar en medios de comunicación social, empresas publicitarias y eventos de diversas índoles, será bajo uno de los procedimientos de excepción que establece la Ley No.340-06, el cual permita agilizar la compra o contratación, fundamentada en razones objetivas e inaplazables, bajo uno de los procedimientos siguientes:

**A. PROCEDIMIENTO DE EXCEPCIÓN POR EXCLUSIVIDAD PARA BIENES O SERVICIOS: EN ESTOS CASOS CON EXCLUSIVIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, EMPRESAS PUBLICITARIAS Y EVENTOS DE DIVERSAS INDOLES**

**B. PROCEDIMIENTO DE EXCEPCIÓN PARA PROVEEDOR UNICO: EN ESTOS CASOS PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, EMPRESAS PUBLICITARIAS Y EVENTOS DE DIVERSAS INDOLES**

**TERCERO:** El plazo de duración de los servicios de colocación o compra de publicidad en medios de comunicación social, empresas publicitarias y de montajes de eventos de diversas índoles, estará comprendido entre los meses de enero y diciembre del año 2020.

**CUARTO:** El valor de compra o contratación de estos servicios no podrá superar los 30 millones de pesos, durante el año 2020.

En el municipio Santo Domingo Oeste, provincia Santo Domingo, República Dominicana, a los veintiocho (28) días del mes de enero del año dos mil veinte (2020).

LIC. MELVINSON ALMANZAR

Director de Comunicaciones

