



INSTITUTO NACIONAL DE AGUAS POTABLES Y ALCANTARILLADOS
INAPA

15 de octubre de 2025

CIRCULAR No. 1 DE RESPUESTAS
COMITÉ DE COMPRAS

Página 1 de 3

A TODOS LOS OFERENTES CONFORME AL REGISTRO DE INTERESADOS

"CONTRATACION DE SERVICIOS DE AGENCIA PUBLICITARIA EN MEDIOS DE COMUNICACION
MASIVOS"

El Comité de Compras y Contrataciones del Instituto Nacional de Aguas potables y alcantarillados (INAPA), les informa que, hasta la fecha **03 del mes de octubre del 2025**, recibimos preguntas y les damos las siguientes respuestas:

1. **Sobre este punto:** El acompañamiento de la Agencia Publicitaria, tendrá incidencia en nuestros proyectos en carteras (inauguraciones, picazos, lanzamientos), campañas educativas, informativas, e institucionales a nivel nacional. El acompañamiento se refiere a la amplificación de estos eventos a nivel de medios o a la cobertura de los mismos? Esto es fotografía, video, notas de prensa, etc?

Respuesta: La producción del contenido es realizada por el Departamento de Comunicaciones de la institución, adicional a otros insumos como nota de prensa, mensajes clave a medios, entre otros.

El acompañamiento de la Agencia Publicitaria contratada se refiere al desarrollo de estrategias de medios según la localidad de los eventos y actividades de la institución: identificar target objetivo, penetración y alcance de los medios, planteamiento estratégico para la difusión del contenido, reportes post evento de la pauta colocada, entre otros.

2. **Sobre este punto:** El plazo mencionado supone un ritmo de labor con jornadas y horarios que el oferente deberá expresar en su propuesta, para que la institución contratante realice los controles que le competen. Los aumentos de horario que disponga el proveedor no originarán mayores erogaciones para la institución contratante y serán asumidas exclusivamente por éste. Si hubiera que utilizar tiempo del equipo en horarios especiales o extendidos fuera de horario laboral, fines de semana o feriados dentro del periodo de contratación se entiende que estos costos deben estar cubiertos dentro de la propuesta?

Respuesta: INAPA al ser una entidad gubernamental, realiza actividades según calendario de obras y proyectos. El oferente deberá incluir en su propuesta los horarios extendidos y especiales para que no genere ningún presupuesto adicional a lo contratado.

3. **Sobre este punto:** g. Reportes con la cantidad de pautas colocadas en el mes o por campana y métricas de las plataformas digitales., Todas la piezas o material de publicidad que se difundirá en los medios deberán estar aprobada por el Departamento de Comunicaciones de INAPA. Las piezas se entiende que deben venir aprobadas desde INAPA la agencia de medios no hace mas que colocarlas, o esperan algun input creativo y de producción en las piezas por arte de la agencia?

Respuesta: La producción del contenido es realizada por el Departamento de Comunicaciones de la institución, adicional a otros insumos como nota de prensa, mensajes clave a medios, entre otros.

Handwritten signature or mark.

Este punto se refiere a la aprobación previa por parte de INAPA de cada plan de colocación de contenidos. Es responsabilidad de la Agencia Publicitaria contratada asegurar que los planes cumplan con los objetivos acordados en la estrategia de comunicación para cada evento o periodo de colocación de pauta

4. **Sobre este punto: d) Asegurar la entrega oportuna de los materiales necesarios a cada medio para la colocación de la publicidad.** Igualmente la agencia de medios dependera de los tiempos de entrega del material por parte de la agencia creativa. Se contara con el acceso a la agencia creativa para poder darle seguimiento a la entrega de los materiales?

Respuesta: La responsabilidad de la Agencia es asegurar la entrega del contenido publicitario a cada medio de comunicación, según el tiempo definido y aprobado con la institución en el plan de medios.

El contacto de la Agencia de Medios es con el Departamento de Comunicaciones de INAPA.

5. Sobre el punto 3 de la documentación técnica: Se requiere una estrategia con alcance del 65% - Este alcance es global multimedios o solo es enfocado a la pauta de TV abierta? Y cuales son los parámetros generales para la elaboración de esta estrategia?

Respuesta: Alcance solo enfocado a la pauta de TV abierta

6. Sobre el punto 2 de la documentación técnica: CPR de 1,200 minimo. Se refieren que no se aceptaran CPR con montos menores que ese?

Respuesta: CPR de 1,200 mínimo, máximo

7. EN las especificación técnicas adjuntas al pliego en el punto 5 indican: COlocacion en medios de TV , radio, prensa y exteriores. En este punto solo estan haciendo referencia a los medios que a los cuales hace referencia el objeto de este proceso? o hay que presentar algún tipo de estrategia en estos medios?

Respuesta: La estrategia debe incluir los medios masivos: TV, radio, prensa y exteriores

8. Conforme lo indica el manual de procedimiento de los procesos ordinarios aprobados por la DGCP, en su numeral 3.1.2.3 y la característica que debe cumplir la publicidad del procedimiento, establecida en el citado manual en su página 27, solicitamos conocer el informe de estudios previos realizados por esa institución los cuales sustentan el expediente de la contratación

Respuesta: Ver anexo el estudio previo para la "CONTRATACION DE SERVICIOS DE AGENCIA PUBLICITARIA EN MEDIOS DE COMUNICACION MASIVOS".

9. Durante la lectura del pliego de condiciones, nos hemos percatado de una posible discrepancia en lo requerido, a saber:

En el numeral 12.1.2 sobre "Documentación técnica" del pliego de condiciones y en la Ficha Técnica se establece como requisito que los participantes deben: "Presentar evidencias que acrediten experiencia de 10 años en colocación de medios más y mínimo tres (3) contratos de colocación de publicidad con monto igual o superior a los RD\$20,000,000.00".

No obstante, en la ficha técnica existe un requisito parecido pero contradictorio que genera confusión, a saber: "La persona física y jurídica deberá presentar, al menos, tres (3) órdenes de servicios, contratos y/o certificaciones que acrediten su experiencia como proveedor mínimo con diez (10) años

de práctica en la colocación de publicidad en medios de comunicación masivos, igual o superior a RD\$20,000,000.00.”

De lo anterior, sería importante establecer cuál de ambas disposiciones será tomada en consideración para determinar el cumplimiento de la experiencia requerida.

Respuesta: Según el pliego de condiciones Sección I, numeral 12.1.2 Documentación técnica, punto no.13:

“La persona física y jurídica deberá presentar, al menos tres (3) ordenes de servicios, contratos y/o certificaciones que acredite su experiencia como proveedor mínimo con diez (10) años de práctica en la colocación de publicidad en medios de comunicación masivos, igual o superior a RD\$20,000,000.00. (Subsanable)”

10. Solicitud de enmienda al pliego de condiciones

En otro orden, teniendo en consideración el objeto de la contratación y la naturaleza de las actividades a ejecutar, solicitamos que el requisito de 10 años de experiencia sea flexibilizado para permitir la participación de otras empresas que cuentan con una trayectoria impecable en el mercado mas la estructura empresarial como tal tiene un tiempo de constitución menor al establecido.

En ese sentido, sugerimos que se modifique el requisito de la manera en que sigue: *“una experiencia de 5 años en colocación de medios más y mínimo tres (3) contratos de colocación de publicidad con monto igual o superior a los RD\$20,000,000.00; esto para poder respetar los principios de igualdad y libre competencia establecidos en la normativa vigente.”*

En su defecto, como alternativa, requerimos que se pueda tomar en cuenta la experiencia de las personas físicas que formarán parte del equipo técnico del proyecto, para acreditar el mínimo solicitado por la institución. Lo anterior, demostrable por igual a través de órdenes de servicios, contratos y/o certificaciones en la cantidad, tiempo y monto requeridos en el pliego de condiciones.

Estos cambios se solicitan basándonos en los **Principios Rectores** de la Ley Núm. 340-06 sobre Compras y Contrataciones, a saber: a) el **Principio de Igualdad y Libre Competencia**, que prohíbe incluir disposiciones que impidan la libre competencia entre los oferentes; b) el **Principio Participación**, que indica que *“El Estado procurará la participación del mayor número posible de personas físicas o jurídicas que tengan la competencia requerida”*; c) y el **Principio de Razonabilidad**, el cual indica lo siguiente: *“Ninguna actuación, medida o decisión de autoridad competente en la aplicación e interpretación de esta ley, deberá exceder lo que sea necesario para alcanzar los objetivos de transparencia, licitud, competencia y protección efectiva del interés y del orden público, perseguidos por esta ley. Dichas actuaciones, medidas o decisiones no deberán ordenar o prohibir más de lo que es razonable y justo a la luz de las disposiciones de la presente ley”*.

Respuesta: Según el pliego de condiciones Sección I, numeral 12.1.2 Documentación técnica, punto no.13:

“La persona física y jurídica deberá presentar, al menos tres (3) ordenes de servicios, contratos y/o certificaciones que acredite su experiencia como proveedor mínimo con diez (10) años de práctica en la colocación de publicidad en medios de comunicación masivos, igual o superior a RD\$20,000,000.00. (Subsanable)”

Atentamente,

Julio Antonio Morel Clase
Enc. División Licitaciones

JM/EM