

ESTUDIOS PREVIOS

**PROCESO DE EXCEPCIÓN POR CONTRATACIÓN DE SERVICIOS
DE PUBLICIDAD PARA LA PROMOCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE
EDUCACIÓN INTEGRAL EN SEXUALIDAD DEL CENTRO DE PROMOCIÓN
DE SALUD INTEGRAL PARA ADOLESCENTES (CPSIA) DEL MINISTERIO DE
LA MUJER**

IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

Institución Contratante	Ministerio de la Mujer
Unidad Requirente	Dirección de Comunicaciones
Código Proceso	MMUJER-CCC-PEPB-2026-0002
Código UNSPSC	82101601 - 82101603
Objeto de la Contratación	Servicios de publicidad en medio radial y digital para la difusión de la Estrategia de Educación Integral en Sexualidad del Centro de Promoción de Salud Integral para Adolescentes
Elaborado por:	Ramón Stalin Montero Santiago-Director de Comunicaciones
Revisado por:	Paloma Toral Peña – Encargada del Departamento de Compras
Aprobado Por:	Geidy Bello - Directora Administrativa
Fecha de elaboración:	15/09/2026

SECCIÓN 1- IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

1.1 Descripción de la situación actual

El Ministerio de la Mujer, en el marco de sus competencias institucionales para promover la igualdad de derechos y oportunidades entre mujeres y hombres, así como desarrollar acciones de prevención de las diferentes manifestaciones de violencia contra las mujeres, impulsa iniciativas orientadas a la educación, información y sensibilización de la población.

En este marco, el Centro de Promoción de Salud Integral para Adolescentes (CPSIA) desarrolla acciones dirigidas a adolescentes y otros actores vinculados a su entorno, mediante estrategias de orientación, educación y promoción de la salud integral. Entre estas iniciativas se encuentra la Estrategia de Educación Integral en Sexualidad, orientada a facilitar el acceso a información y herramientas que contribuyan al ejercicio responsable de los derechos, la toma de decisiones informadas y la prevención de situaciones que puedan afectar el bienestar y desarrollo integral de las personas adolescentes.

La naturaleza de los temas abordados por esta estrategia requiere que sus contenidos puedan alcanzar a la población objetivo a través de canales de comunicación accesibles y de amplia utilización. En particular, la difusión mediante plataformas digitales permite acercar los contenidos institucionales a públicos adolescentes y jóvenes en los espacios donde habitualmente consumen información, mientras que los medios radiales posibilitan ampliar la exposición de los mensajes hacia las familias, comunidades y población general.

En este sentido, se identifica la necesidad de contratar servicios de colocación de publicidad digital y difusión radial que permitan ampliar el alcance de los contenidos de la Estrategia de Educación Integral en Sexualidad del CPSIA, especialmente aquellos relacionados con la prevención de embarazos en adolescentes, la prevención de la violencia de género en adolescentes, la igualdad, los derechos y la salud integral.

La contratación de estos espacios de difusión permitirá complementar las acciones educativas desarrolladas por el CPSIA mediante una estrategia de comunicación que facilite la circulación de contenidos institucionales en distintos canales, contribuya al posicionamiento de la estrategia y favorezca el acceso de la población a información de carácter preventivo y educativo.

1.2 Justificación institucional y vinculación al POA/PACC

La contratación propuesta responde a la necesidad institucional de fortalecer la difusión de las acciones desarrolladas por el CPSIA en el marco de la Estrategia de Educación Integral en Sexualidad, mediante la utilización complementaria de medios digitales y radiales.

La colocación de contenidos en redes sociales y medios de comunicación permite ampliar los puntos de contacto entre la institución y sus públicos de interés, favoreciendo una mayor exposición de los mensajes relacionados con educación integral en sexualidad, prevención de embarazos en adolescentes, prevención de violencia de género, igualdad, derechos y salud integral.

Asimismo, la contratación se vincula con la planificación institucional correspondiente al ejercicio fiscal vigente, en la medida en que contribuye al desarrollo de las acciones de comunicación, educación, prevención y sensibilización contempladas por el Ministerio de la Mujer y, específicamente, a la difusión de las iniciativas desarrolladas por el CPSIA.

SECCIÓN 2- OBJETO DE LA CONTRATACIÓN Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

2.1 Objeto del procedimiento

Constituye el objeto de la presente contratación de servicios de colocación de publicidad digital y difusión radial para la promoción de la Estrategia de Educación Integral en Sexualidad del Centro de Promoción de Salud Integral para Adolescentes (CPSIA) del Ministerio de la Mujer.

Los servicios estarán orientados a la difusión de contenidos institucionales relacionados con las acciones educativas y preventivas desarrolladas por el CPSIA, particularmente aquellas vinculadas con la prevención de embarazos en adolescentes, prevención de la violencia de género en adolescentes, igualdad, derechos y salud integral.

La contratación comprende la colocación de contenidos publicitarios en plataformas digitales y espacios radiales durante un período de un (1) mes, de acuerdo con las cantidades, características y condiciones establecidas en las presentes especificaciones técnicas.

La contratación se clasifica dentro de la actividad comercial correspondiente a servicios de publicidad y difusión, conforme al clasificador de bienes y servicios aplicable.

2.2 Especificaciones técnicas mínimas requeridas

Los servicios requeridos deberán cumplir, como mínimo, con las siguientes características:

DESCRIPCIÓN
Servicio de colocación de publicidad digital en redes sociales del Centro de Promoción de Salud Integral mediante Industria de contenido EIRL Descripción: Colocación de 6 spot (reels) sobre ciclos de charlas de prevención de embarazo en adolescentes dirigido a estudiantes del CPSIA, mediante las plataformas Instagram y X.com Duración: 1 mes
Servicio de colocación de publicidad en radio del Centro de Promoción de Salud Integral mediante el medio Señales mixtas Radio Tv, SRL Descripción: Colocación de 2 spot (30 segundos) por programa Colocación de 2 banner publicitarios Programas: Al filo de la verdad

Sin fabulas

Duración:

1 mes

SECCIÓN 3 — ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Oferta disponible en el mercado nacional

El mercado nacional ofrece medios tradicionales y plataformas digitales con características diferenciadas en formatos, alcance y perfiles de audiencia. Esta diversidad permite seleccionar los canales según la naturaleza de los mensajes y el público meta.

En el ámbito digital, las redes sociales son canales clave para difundir contenidos audiovisuales breves de carácter informativo o educativo. Su formato se adapta al consumo digital y facilita la exposición entre adolescentes y jóvenes en temas de su interés. Por su parte, la radio es un medio de amplio alcance que complementa la difusión digital al dirigir mensajes a familias y población adulta vinculada al entorno de los jóvenes. En este contexto, la combinación de ambos medios es la alternativa adecuada para fortalecer la difusión de la Estrategia de Educación Integral en Sexualidad del CPSIA.

3.2 Análisis de la oferta y pertinencia de los medios seleccionados

Se han identificado proveedores con capacidad para colocar publicidad en plataformas digitales y medios radiales. Esta selección responde a una estrategia complementaria y multicanal que diversifica los canales y amplía la exposición, reduciendo la dependencia de un único formato:

- Publicidad digital (Instagram y X): Permite colocar contenidos audiovisuales breves y educativos, como los ciclos de charlas de prevención de embarazos en adolescentes, generando mayor exposición.
- Difusión radial: Incorpora mensajes institucionales, spots y banners dentro de programas con audiencias previamente establecidas, reforzando la presencia del mensaje durante la contratación.

3.3 Criterios considerados para la selección de los servicios

Para determinar la pertinencia de los servicios se consideran los siguientes criterios:

- a) Correspondencia con el público objetivo: Capacidad para alcanzar a adolescentes, jóvenes, familias y población vinculada.
- b) Adecuación del formato: Disponibilidad de formatos compatibles con las piezas del Ministerio de la Mujer (reels, spots radiales y banners).
- c) Alcance y exposición: Capacidad para garantizar una adecuada exposición durante el período contratado.
- d) Complementariedad de canales: Posibilidad de combinar medios digitales y tradicionales para ampliar los puntos de contacto.
- e) Capacidad operativa: Disponibilidad para ejecutar las colocaciones en las condiciones, programas y plazos establecidos.
- f) Verificabilidad del servicio: Posibilidad de acreditar la difusión efectiva mediante evidencias correspondientes.

SECCIÓN 4 — PRESUPUESTO ESTIMADO

4.1 Estimación del costo

El valor referencial para esta compra asciende a **SETECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS DOMINICANOS CON 00/100 (RD\$750,000.00)**, incluidos los impuestos de Ley y cualquier otro concepto que incida en el costo total del bien a adquirir, valor que ha sido obtenido en el marco de las propuestas seleccionadas que sustentan el expediente de la presente contratación.

4.2 Partida presupuestaria y forma de pago

La contratación se financiará con cargo a la partida **presupuestaria 2.2.2.1.01 - Publicidad y propaganda**, del presupuesto institucional aprobado para el ejercicio fiscal 2026. La disponibilidad presupuestaria ha sido verificada con la Dirección Administrativa y Dirección Financiera de este Ministerio. La forma de pago será contra entrega de los servicios, mediante transferencia bancaria, dentro de los treinta (30) días hábiles siguientes a la recepción conforme suscrita por la unidad requirente.

4.3 Modalidad de selección aplicable

Por la naturaleza de la contratación que se pretende realizar, la modalidad a aplicar corresponde a la modalidad de Excepción de Publicidad. Dicho procedimiento será gestionado por el Comité de Contrataciones Públicas del Ministerio de la Mujer de conformidad con el Artículo 68 de la Ley Núm. 47-25.

SECCIÓN 5 — RIESGOS PREVISIBLES, TIPO DE CONTRATO Y GARANTÍAS

5.1 Tipo de contrato

El tipo de contrato a suscribir con cada oferente será de una orden de Servicios con las especificaciones técnicas establecidas en el presente estudio previo, dentro del plazo acordado y en las condiciones de entrega, pactadas en el pliego de condiciones.

5.2 Matriz de riesgos previsibles

La Matriz de riesgos previsibles se encuentra como anexo 1 del presente documento.

5.3 Garantías requeridas

De conformidad con el Artículo 162 de la Ley Núm. 47-25 y su Reglamento de Aplicación, se establecen las siguientes garantías proporcionales al valor y naturaleza de la contratación:

- Fiel cumplimiento del contrato u orden de compra o de servicio en los casos de ofertas cuyo monto apliquen para la presentación de la misma.

SECCIÓN 6 — CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

6.1 Criterios de sostenibilidad aplicables

En cumplimiento de los principios de sostenibilidad establecidos en la Ley Núm. 47- 25, se identifican los siguientes criterios aplicables a esta contratación:

Cobertura y alcance social

Valoración de propuestas que demuestran una mayor capacidad para alcanzar los segmentos de interés de la población a nivel nacional, especialmente aquellas con mayores índices de vulnerabilidad.

6.2 Conclusión y recomendación del estudio

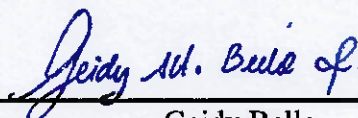
Del análisis técnico, estratégico y operativo realizado en el presente estudio, se concluye que la contratación de los servicios de difusión y colocación de publicidad digital y radio constituye la alternativa más conveniente, eficiente y adecuada para garantizar la promoción de la Estrategia de Educación Integral en Sexualidad del Centro de Promoción de Salud Integral para Adolescentes (CPSIA) del Ministerio de la Mujer, asegurando un alcance oportuno y efectivo de los mensajes dirigidos a la ciudadanía. La ausencia de esta contratación limitaría significativamente la capacidad institucional para desarrollar acciones de sensibilización, prevención y promoción de derechos, afectando el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Ministerio de la Mujer.

El mercado nacional dispone de proveedores especializados con capacidad técnica y operativa para prestar estos servicios en condiciones competitivas de calidad, cobertura y oportunidad, permitiendo desarrollar una estrategia de difusión multicanal acorde con las necesidades institucionales. Asimismo, el presupuesto estimado para la contratación ha sido determinado sobre la base de criterios técnicos y de referencias de mercado, garantizando la razonabilidad de los recursos públicos destinados a esta contratación.

En virtud de lo anterior, se recomienda dar inicio al procedimiento de contratación correspondiente para la prestación de los servicios de difusión y colocación de publicidad requeridos, con sujeción a las especificaciones técnicas, condiciones presupuestarias y disposiciones legales aplicables, a fin de garantizar el cumplimiento de las metas institucionales establecidas en el Plan Operativo Anual (POA) y el Plan Anual de Compras y Contrataciones (PACC), formando el presente estudio parte integral del expediente administrativo del procedimiento.



Ramón Stanlin Montero Santiago
Director de Comunicaciones
Elaborado por — Unidad Requiriente



Geidy Bello
Directora Administrativa
Aprobado por — Dirección Administrativa

