

ESTUDIOS PREVIOS

**PROCESO DE EXCEPCIÓN POR CONTRATACIÓN DE SERVICIOS
DE PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS
CAMPAÑAS DE “ATENCIÓN A LA VIOLENCIA Y HABLEMOS DE
IGUALDAD”**

IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO	
Institución Contratante	Ministerio de la Mujer
Unidad Requirente	Dirección de Comunicaciones
Código Proceso	MMUJER-CCC-PEPB-0003
Código UNSPSC	82101602
Objeto de la Contratación	Publicidad en Televisión para la Difusión de las Campañas de "Atención a La Violencia y Hablemos de Igualdad"
Elaborado por:	Ramón Stanlin Montero Santiago - Director de Comunicaciones
Revisado por:	Francheska Massiel Fermín Castillo-Encargada UOCP
Aprobado Por:	Geidy Bello. Directora Administrativa
Fecha de elaboración:	14-08-2026

SECCIÓN 1- IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

1.1 Descripción de la situación actual

El Ministerio de la Mujer, como órgano rector de las políticas públicas orientadas a promover la igualdad entre mujeres y hombres, así como a prevenir, atender y erradicar la violencia contra las mujeres, desarrolla de manera permanente acciones de comunicación, sensibilización e información dirigidas a la ciudadanía, con el propósito de fortalecer el conocimiento de los derechos de las mujeres y promover una cultura de igualdad y no violencia. Estas acciones forman parte de las estrategias institucionales para garantizar una adecuada difusión de los programas, servicios y mecanismos de protección que ofrece la institución. Como consecuencia directa de esto, se hace necesaria la contratación de medios radiales, de televisión y digitales para la difusión de campañas.

1.2 Justificación institucional y vinculación al PAC

En el marco de la planificación institucional correspondiente al presente ejercicio fiscal, el Plan Operativo Anual (POA) contempla la ejecución de las campañas institucionales “Hablemos de Igualdad” y “Atención a la Violencia”, actividades que se encuentran igualmente incorporadas en el Plan Anual de Compras y Contrataciones (PACC), como parte de las metas estratégicas del Ministerio de la Mujer para ampliar el alcance de sus acciones de prevención, educación y sensibilización.

SECCIÓN 2- OBJETO DE LA CONTRATACIÓN Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

2.1 Objeto del Proceso

Constituye el objeto de la presente convocatoria recibir ofertas para la Excepción por Contratación de Servicios de Publicidad mediante Televisión para la Difusión de las Campañas de "Atención A La Violencia y Hablemos de Igualdad de acuerdo con las condiciones fijadas en el presente pliego de condiciones y sus especificaciones técnicas, dicha contratación ha sido clasificada bajo el rubro 82100000 por lo que los oferentes deberán tener la actividad comercial requerida.

2.2 Especificaciones técnicas mínimas requeridas

Los aspectos técnicos de la presente contratación los cuales se encuentran en las especificaciones técnicas definen las características y condiciones que deberán reunir los servicios de difusión publicitaria en medios de comunicación tradicionales y digitales, con el propósito de garantizar la adecuada ejecución de las campañas institucionales del Ministerio de la Mujer. Entre estos aspectos se consideran el alcance de la difusión, la frecuencia de las publicaciones, los horarios de transmisión, la duración de las piezas comunicacionales, la cobertura geográfica, la segmentación del público objetivo y la calidad de los servicios prestados.

El proveedor adjudicatario deberá asegurar la correcta ejecución de la estrategia de difusión conforme a las condiciones establecidas. Estas medidas contribuirán a garantizar la transparencia, la adecuada supervisión y la evaluación de los resultados alcanzados en función de los objetivos institucionales de sensibilización, prevención de la violencia y promoción de la igualdad entre mujeres y hombres.

DESCRIPCIÓN
Servicio de colocación de publicidad en Tele10 a través de la planta televisiva UNE COMUNICACIONES Descripción: 160 Spot publicitario de 35 seg Canal Tele10 8 spot por días Duración: 1 mes Cobertura: Región Cibao
Servicios de colocación de publicidad en medio televisivo TELEVIADUCTO Canal 3 Descripción: 63 spot publicitarios rotación en horarios de alta audiencia Duración: 1 mes Cobertura: Región Cibao
Servicio de colocación de publicidad en el medio televisivo MICROVISION Descripción: 150 cuñas por un mes. 5 cuñas x días Duración: 1 mes Cobertura: Región Cibao
Servicio de colocación de publicidad en el medio de comunicación televisiva ORO VISION Descripción: 420 colocaciones (spots publicitarios de 30-55 seg) Distribución rotativa en horarios de la programación regular Duración: 1 mes
Servicio de colocación de publicidad en medio televisivo COSTA NORTE Descripción: 59 colocaciones (spot publicitarios 30-45 seg) Duración: Un mes Cobertura: Región Cibao
Colocación de publicidad en medio televisivo TELENORD Descripción: Colocación de 555 spot publicitarios de 30 seg. En canales 08-10-12-14 Colocación de 528 spots 30 seg en Bahía visión 35 hmtv 33 Duración: 1 mes Cobertura: Región Cibao

SECCIÓN 3 — ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Oferta disponible en el mercado nacional

El mercado de los servicios de difusión y colocación de publicidad se caracteriza por la diversidad de medios de comunicación y plataformas disponibles, cada una con alcances, perfiles de audiencia y niveles de impacto diferenciados. Los medios tradicionales, digitales y audiovisuales ofrecen capacidades específicas para llegar a distintos segmentos de la población, lo que permite diseñar estrategias de comunicación acordes con los objetivos institucionales y las características del público destinatario.

La región del Cibao constituye un territorio estratégico para el desarrollo de acciones de sensibilización, información y prevención de la violencia contra las mujeres. De acuerdo con la Encuesta Experimental sobre la Situación de las Mujeres (ENESIM-2018) de la Oficina Nacional de Estadística (ONE), la macrorregión Norte o Cibao presentó niveles particularmente elevados de violencia contra las mujeres en el ámbito privado, registrando 38.7 % de violencia psicológica, 27.0 % de violencia física, 23.4 % de violencia sexual y 29.3 % de violencia económica o patrimonial en los 12 meses anteriores a la encuesta. Asimismo, el 38.2 % de las mujeres que buscaron apoyo institucional o interpusieron una denuncia por violencia en el ámbito de pareja residía en esta macrorregión, constituyendo la proporción más elevada del país.

Estos datos evidencian la pertinencia de fortalecer en la región del Cibao las estrategias de comunicación social orientadas a promover relaciones igualitarias, prevenir la violencia y facilitar el conocimiento de los derechos y servicios disponibles para las mujeres. En este contexto, la contratación de espacios publicitarios en medios de televisión por cable de alcance regional constituye una herramienta estratégica para ampliar la cobertura territorial de las campañas “Hablemos de Igualdad” y de prevención de la violencia, permitiendo llevar estos mensajes de sensibilización directamente a las comunidades donde existe una necesidad relevante de información y prevención.

En este contexto, la efectividad de las campañas “Hablemos de Igualdad” y “Atención a la Violencia” depende de la adecuada selección de los medios de difusión, considerando factores como la cobertura geográfica, el alcance, la frecuencia de las publicaciones, la segmentación de las audiencias y la capacidad de generar recordación del mensaje. Asimismo, la integración de plataformas digitales con medios tradicionales fortalece el impacto de las acciones de comunicación, amplía el acceso a la información y facilita la medición de los resultados obtenidos.

En consecuencia, realizamos una selección estratégica de los canales de comunicación que permitirán maximizar la difusión de los mensajes institucionales, promoviendo el conocimiento de los derechos de las mujeres, la igualdad entre mujeres y hombres, la prevención de la violencia y el acceso de la ciudadanía a los servicios de orientación, atención y protección que ofrece el Ministerio de la Mujer. De esta forma, se contribuye al cumplimiento de los objetivos institucionales y al fortalecimiento de las políticas públicas de sensibilización y prevención desarrolladas por la institución.

SECCIÓN 4 — PRESUPUESTO ESTIMADO

4.1 Estimación del costo

El valor referencial para esta compra asciende a DOS MILLONES DE PESOS DOMINICANOS CON 00/100 (**RD\$2,000,000.00**), 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 a través de medios de comunicación social y digital. 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 diferentes segmentos de la población dentro de la región del Cibao, 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 mediante Televisión por

cable constituye la alternativa más conveniente, eficiente y adecuada para garantizar la ejecución de las campañas institucionales “Hablemos de Igualdad” y “Atención a la Violencia”, 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 Requirente



Geidy Bello
Directora Administrativa
Aprobado por Dirección Administrativa

