

ESTUDIO PREVIO DE CONTRATACIÓN DE SERVICIO

Iniciativa Institucional: campaña de publicidad institucional

Entidad: Ministerio de Cultura

Marco legal: Ley 47-25 de Contrataciones Públicas y Decreto 52-26 (Reglamento de Aplicación)

Periodo de ejecución previsto: septiembre 2026

1. Fundamentación Jurídica

El presente estudio previo se elabora en cumplimiento de lo establecido en:

- Ley No. 47-25
- Reglamento de aplicación mediante decreto No. 52-26.
- Manual de Estudios Previos emitido por la Dirección General de Contrataciones Públicas
- Ley de Presupuesto General del Estado vigente
- Plan Anual de Compras y Contrataciones (PACC)

Conforme a la Ley, toda contratación debe estar precedida de una planificación adecuada que justifique técnica, económica y jurídicamente la necesidad.

4. Alcance del servicio

El servicio de publicidad deberá incluir, según necesidades institucionales:

- a. Diseño conceptual y creativo de campañas.
- b. Producción audiovisual (spots de TV, cuñas radiales, cápsulas digitales).
- c. Diseño gráfico para medios impresos y digitales.
- d. Plan de medios
- e. Colocación y pauta en:
 - a. Televisión nacional y local.
 - b. Radio.

- c. Prensa escrita.
- d. Medios digitales y redes sociales.
- e. Banners.

5. Análisis de Mercado

En el mercado nacional existen medios de comunicación con capacidad técnica para prestar el servicio requerido.

Se realizó levantamiento preliminar de información mediante:

- Cotizaciones referenciales.
- Consulta en el Sistema de Contrataciones Públicas.
- Revisión de procesos similares ejecutados por otras entidades públicas.

Se verificó pluralidad de oferentes, garantizando condiciones de competencia.

6. Determinación del Procedimiento de Selección

En función del monto estimado y la naturaleza de los bienes y servicios, los procedimientos sugeridos son:

- Procedimiento de excepción correspondiente a la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital y/o Directas sujeta al umbral

La modalidad deberá estar debidamente motivada en el expediente.

7. Estimación del Monto

La estimación se realizó en base a:

- Estudios comparativos de precios.
- Tarifarios de medios.
- Experiencias previas institucionales.

Por lo que el monto estimado total de RD\$ 9,000,000.00.

Se cuenta con certificación de apropiación presupuestaria conforme a la normativa financiera y están contemplados en el Plan Anual de Contratación Pública (PACC).

9. Análisis de Riesgos

En cumplimiento del principio de planificación:

Riesgo	Impacto	Medida de Mitigación
Baja efectividad de la campaña	Alto	Exigir plan estratégico y métricas
Incumplimiento en entrega	Medio	Penalidades contractuales
Sobrevaloración del servicio	Alto	Estudio de mercado previo

10. Criterios de Evaluación

Los criterios podrán incluir:

- Oferta técnica (plan creativo y de medios).
- Experiencia del oferente.
- Capacidad operativa.
- Oferta económica.
- Cumplimiento documental.

11. Forma de Pago

- Contra entrega de productos.
- Presentación de evidencias de difusión.
- Certificación de recepción conforme.

12. Conclusión

En virtud del análisis técnico, financiero y legal realizado, se concluye que la contratación de servicios de publicidad resulta necesaria, oportuna y conveniente para el cumplimiento de los fines institucionales, cumpliendo con los principios y disposiciones establecidos en la Ley No. 47-25 y el Manual de Estudios Previos.



Ariel Ulises Manzanillo Suriel
Director de Comunicaciones

