



ESTUDIO PREVIO

(Conforme a la Ley núm. 47-25 de Contrataciones Públicas y su Reglamento de Aplicación
Decreto núm. 52-26)

SECCIÓN 0. IDENTIFICACIÓN DEL PROCESO

Unidad requirente (área que solicita la contratación):

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Objeto de la contratación (descripción breve):

Contratación de servicios de difusión y colocación de publicidad institucional en medios de comunicación nacionales, orientados a la divulgación de campañas informativas, programas, proyectos, obras, iniciativas y acciones desarrolladas por el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, con el propósito de garantizar que la ciudadanía reciba información oportuna, veraz y accesible sobre la gestión institucional y el uso de los recursos públicos.

Elaborado por (nombre y cargo):

Addis Burgos – Directora de Comunicaciones

Fecha de elaboración:

2 de septiembre 2026

SECCIÓN 1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

Responda: ¿Qué se necesita? ¿Para qué se necesita? ¿Por qué se necesita ahora?

1.1 Descripción de la situación actual



Describa el problema o necesidad que presenta la institución. Explique la situación actual con datos concretos: cantidades, fechas, impacto operativo, personas afectadas, antecedentes etc. No describa el producto que desea comprar; describa el problema que debe resolverse.

El Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MOPC), como entidad responsable de la planificación, construcción, rehabilitación y mantenimiento de la infraestructura vial y de transporte del país, ejecuta de manera permanente proyectos, programas e intervenciones de alto impacto económico y social en todo el territorio nacional. La magnitud de estas actuaciones requiere que la ciudadanía disponga de información continua, oportuna y verificable sobre las obras en ejecución, las medidas de tránsito derivadas de los trabajos, los avances físicos de los proyectos, las inversiones realizadas y los beneficios que estas generan para las comunidades.

En la actualidad, la institución enfrenta la necesidad de fortalecer el alcance y la cobertura de sus mecanismos de comunicación pública, a fin de garantizar que la información institucional llegue de manera efectiva a los diferentes segmentos de la población a través de medios de amplia difusión. La limitada cobertura de los canales propios de comunicación resulta insuficiente para alcanzar la diversidad de audiencias a nivel nacional y asegurar que los ciudadanos reciban información oficial de forma oportuna, especialmente en momentos en que se desarrollan importantes proyectos de infraestructura, jornadas de mantenimiento vial, campañas de prevención y otras iniciativas de interés público.

1.2 Justificación institucional y vinculación al PACC

Explique por qué esta contratación es necesaria para cumplir los fines institucionales. Indique el objetivo estratégico o plan operativo al que responde. Especifique si está contemplada en el Plan Anual de Contrataciones (PAC) vigente y bajo qué referencia.

Esta situación incide directamente en el cumplimiento de los principios de transparencia, rendición de cuentas, acceso a la información pública y comunicación institucional que rigen la gestión del Estado, así como en la capacidad del ministerio para informar adecuadamente sobre el uso de los recursos públicos, promover la participación ciudadana y fortalecer la confianza de la población en la gestión institucional. En consecuencia, resulta necesario implementar acciones que permitan ampliar la difusión de la información oficial mediante mecanismos de comunicación con cobertura nacional y capacidad de llegar de manera efectiva a la ciudadanía.

Adicionalmente informamos que dicha estrategia fue prevista en el Plan Operativo Anual del cual consta documentación de evidencia.

SECCIÓN 2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Responda: ¿Qué se va a contratar exactamente? ¿Cuáles son sus características mínimas?

2.1 Objeto de la contratación

Describa el bien, servicio u obra a contratar. Indique si se trata de bienes comunes/estandarizados, servicios especializados, servicios de consultoría u obra. Sea preciso, funcional y genérico. NO mencione marcas, modelos ni proveedores.

Contrataremos medios de comunicación televisivos, radiales y digitales los cuales permitirán difusión de contenidos institucionales a través de diferentes plataformas de comunicación, garantizando cobertura, oportunidad, alcance y eficiencia en la divulgación de información oficial dirigida a la ciudadanía.

2.2 Especificaciones técnicas mínimas (requisitos funcionales)

Describa las características técnicas, de rendimiento, calidad y funcionalidad que debe cumplir el objeto. Utilice lenguaje genérico y objetivo. Para bienes: dimensiones, materiales, capacidades, compatibilidad, garantía. Para servicios: alcance, entregables, metodología, perfil del personal. Para obras: metros, materiales, normativa técnica aplicable. En caso excepcional de requerir una marca específica, justifique detalladamente y añada «o equivalente».

Descripción	Cantidad	Especificaciones Técnicas
Televisivos		El medio televisivo deberá contar con capacidad técnica para la transmisión de contenidos audiovisuales en señal abierta o por suscripción, garantizar la difusión en los horarios establecidos en la programación contratada, emitir certificación o evidencia de la transmisión realizada.
Digitales		El medio digital deberá contar con una plataforma informativa activa y de acceso



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

		público, capacidad para la publicación de contenidos institucionales y entregar evidencias de publicación, incluyendo enlaces activos
Radio		• Contar con cobertura de alcance nacional, regional o local, según el área geográfica requerida para la campaña. • Disponer de una programación activa y continua durante el período de ejecución de la campaña. • Garantizar la difusión de las cuñas o mensajes institucionales en los horarios y frecuencias establecidos en el plan de medios. • Entregar certificación o reporte de las transmisiones realizadas, indicando fecha, hora y cantidad de emisiones.

2.3 Cantidad, alcance y plazo estimado

Indique la cantidad (unidades, metros, horas, lotes,), el alcance geográfico o funcional y el plazo estimado de ejecución o entrega.



En este proceso pretendemos alcanzar 27 medios de comunicación televisivos y digitales.

SECCIÓN 3. ESTUDIO DE MERCADO

Responda: ¿Cómo está el mercado? ¿Quién puede ofrecer esto? ¿A qué precio?

3.1 Oferta disponible en el mercado

Describa la oferta identificada: cantidad aproximada de proveedores, ubicación geográfica, capacidad de suministro. Indique si el bien/servicio/obra está disponible en el mercado nacional o requiere importación. Señale plazos de entrega habituales y condiciones comerciales estándar. NO identifique proveedores por nombre.

El mercado nacional cuenta con una amplia oferta de empresas especializadas en la prestación de servicios de difusión de publicidad institucional, concentrándose en el Distrito Nacional y la provincia Santo Domingo un número significativo de potenciales oferentes con capacidad técnica y operativa para ejecutar campañas de comunicación a través de medios impresos, televisivos, radiales y digitales.

Los servicios requeridos se encuentran disponibles en el mercado nacional y no requieren importación. De acuerdo con las condiciones comerciales habituales, la prestación del servicio puede iniciarse en un corto plazo tras la formalización de la contratación, desarrollándose conforme a la programación de los espacios de difusión y bajo modalidades de pago contra recepción conforme, respaldadas por las evidencias de publicación o transmisión correspondientes.

SECCIÓN 4. PRESUPUESTO ESTIMADO

Responda: ¿Cuánto cuesta realmente en el mercado? ¿Con qué fondos se pagará?

4.1 Estimación del costo

Complete la tabla con el desglose del presupuesto. El precio unitario debe ser el promedio de las fuentes consultadas en la Sección 3.3.

Descripción	Cantidad / Unidad	Precio unitario (RD\$)	Monto total (RD\$)
Teleoperadora nacional RNC 102316732 Teleuniverso1@claro.net.do	2 Meses	RD\$ 300,000.00	RD\$ 600,000.00



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

Telemedios Dominicana S.A. RNC 102316007 cesarhernande@yahoo.com	2 Meses	RD\$ 200,000.00	RD\$ 400,000.00
Vell Comunicaciones (Diario 55 y Café 55) RNC 133102382 Vellcomunicacionessrl1@outlook.com	2 Meses	RD\$ 120,000.00	RD\$ 240,000.00
Iliana Rosario RNC 133423421 info@ircomunicacionefectiva.com	2 Meses	RD\$ 100,000.00	RD\$ 200,000.00
Medios del Norte SRL (Telecontacto) RNC 130475768 mediosdelnortesrl@gmail.com	2 Meses	RD\$ 100,000.00	RD\$ 200,000.00
Boreal SRL RNC 101586176 atahualparamirez@hotmail.com	2 Meses	RD\$ 200,000.00	RD\$ 400,000.00
Saludos Comunicaciones Frías RNC 102623597 Adm.scfrias@gmail.com Frias.jimmy@gmail.com	2 Meses	RD\$ 250,000.00	RD\$ 500,000.00
Loly Reynoa Beard de Javier 03100494883 lareinajavier@gmail.com	2 Meses	RD\$ 200,000.00	RD\$ 400,000.00
Nelson Rafael Peralta 05400327101 Nelsonperalta103@gmail.com	2 Meses	RD\$ 75,000.00	RD\$ 150,000.00
Leoncio Peralta Muñoz 03100024201 Leoncioperalta1955@gmail.com	2 Meses	RD\$ 40,000.00	RD\$ 80,000.00
Producciones Detrás de la Noticia 131081304 detrasnoticia@claro.net.do	2 Meses	RD\$ 75,000.00	RD\$ 150,000.00
Panorámica con Luciano Aybar SRL RNC 131627854 lucianoaybar13@hotmail.com	2 Meses	RD\$ 60,000.00	RD\$ 120,000.00
Luis Manuel Báez Amézquita 03102373085 Luisbaez1957@hotmail.com	2 Meses	RD\$ 40,000.00	RD 80,000.00

Modelo basado en la Guía Simplificada de Estudios Previos de la DGCPC.

Versión 1.0 – 16/07/2020 - Elaborado por: Dirección de Compras y Contrataciones del MOPC.



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

Delvis Andrés Rodríguez Durán 03104618388 Delvisduran20011@gmail.com Redaccionrd.com@gmail.com	2 Meses	RD\$ 40,000.00	RD 80,000.00
Juan Francisco Rodríguez Ureña 03101083321 vvv.frankenvivo55@gmail.com	2 Meses	RD 40,000.00	RD 80,000.00
Producciones Bélgica Suárez 102628173 produccionesbelgicasuarez@hotmail.com	2 Meses	RD\$ 60,000.00	RD\$ 120,000.00
Juan Alberto Bonilla Martínez 03200019770 enterateconnelly@hotmail.com enterateconbonilla@hotmail.com	2 Meses	RD\$ 60,000.00	RD\$ 120,000.00
Maxwell Aristóteles Reyes de la Rosa 00109024018 maxwellreyes@hotmail.com	2 Meses	RD 40,000.00	RD 80,000.00
Islita EIRL 131018149 Con_brenda@hotmail.com	2 Meses	RD\$ 150,000.00	RD\$ 300,000.00
Guillermo José Saleta Pérez 03100864168 portafolioextra@hotmail.com	2 Meses	RD\$ 100,000.00	RD\$ 200,000.00
Vell Comunicaciones SRL 133102382 Vellcomunicacionessrl1@outlook.com	2 Meses	RD\$ 75,000.00	RD\$ 150,000.00
Edward Emilio Fernández Tiburcio 08700184461 Fernandez.tiburcio@gmail.com	2 Meses	RD\$ 45,000.00	RD\$ 90,000.00
José Antonio Zapata Bourdier 04600350443 noticiasbrevesjazb@gmail.com	2 Meses	RD\$ 45,000.00	RD\$ 90,000.00
Inocencio Encarnación Prado 04900645104 Inocencioencarnacion.22@gmail.com	2 Meses	RD\$ 45,000.00	RD\$ 90,000.00
Juan Manuel Acevedo García 03101326829 Manuelacvdo23@gmail.com	2 Meses	RD\$ 45,000.00	RD\$ 90,000.00

Modelo basado en la Guía Simplificada de Estudios Precios de la DGCP.

Versión 1.0 – 16/07/2026 - Elaborado por: Dirección de Compras y Contrataciones del MOPC.



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

Junior Norberto Marte Martínez 03104028984 jumarte135@hotmail.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
Madel Medios SRL 131744389 entremujeresrd@gmail.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
Juan Carlos Bisonó Domínguez 03102145970 juancarlosbisono2@gmail.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
Kilvin Darío Toribio Uceta 03103211615 kilvindario@gmail.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
Bartolo de Jesús García 03101323461 bartologarcia1@yahoo.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
Wilfredo Augusto Alba Taveras 09500019311 diascomohoytv@hotmail.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
José Alfredo Espinal 09200114305 caribbeandigital@gmail.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
José Fabian Rosario 03101087645 ustynos29@gmail.com	2 Meses	RD\$75,000	RD\$150,000
Norberto Antonio Rubio 03104501972 Norberto.rubio@hotmail.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
Corporación Dominicana de Radio y Televisión 102001499 color.vision@colorvision.com.do	2 Meses	RD\$100,000	RD\$200,000

Modelo basado en la Guía Simplificada de Estudios Precios de la DGCP.

Versión 1.0 – 16/07/2026 - Elaborado por: Dirección de Compras y Contrataciones del MOPC.



Ernesto Devares Tavaréz 03101089286 devaresredactor@gmail.com	2 Meses	RD\$40,000	RD\$80,000
Emilia Sagrario Gómez Marte 03100624273 Sagrariogomez73@gmail.com	2 Meses	RD\$65,000	RD\$130,000
Jose Jordi Veras Rodríguez 03102276437 Jordiveras@yahoo.com	2 Meses	RD\$75,000	RD\$150,000
Ariela Maria Rodriguez 40220923581 arielarodriguez08@hotmail.com	2 Meses	RD\$45,000	RD\$90,000
Presupuesto estimado total			RD 6,530,000.00

4.2 Partida presupuestaria y forma de pago

Partida presupuestaria (código y descripción):

82101601 – Publicidad en radio, cuenta presupuestaria 2.2.2.1.01

82101601 – Publicidad en televisión, cuenta presupuestaria 2.2.2.1.01

82101603 – Publicidad en internet, cuenta presupuestaria 2.2.2.1.01

¿La disponibilidad presupuestaria ha sido verificada con la DAF?:

Sí, esta contratación está contemplada en el POA y cuenta con disponibilidad verificada de presupuesto.

Forma de pago (único, por hitos, mensual, contra entrega):

La ley 47-25 indica que el plazo para pago no puede exceder los 30 días.



Plazo de pago posterior a la recepción conforme:

Los pagos se efectuarán dentro de un plazo de 30 días calendario, contados a partir de la recepción conforme de los servicios prestados y de la presentación de los documentos correspondientes.

4.3 Modalidad de selección resultante

Indique a qué modalidad corresponde este presupuesto según los umbrales vigentes publicados por la DGCP. La UOCP debe verificar esta clasificación.

Procedimiento de excepción para la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital.

SECCIÓN 5. RIESGOS PREVISIBLES, TIPO DE CONTRATO Y GARANTÍAS

Responda: ¿Qué puede salir mal? ¿Cómo nos protegemos?

5.1 Tipo de contrato

Indique el tipo de contrato: bienes, servicios, servicios de consultoría, ejecución de obra, mixto u otro previsto en la Ley núm. 47-25.

Tipo de contrato: Servicios

5.2 Matriz de riesgos previsibles

Identifique los eventos que podrían afectar la ejecución del contrato. Para cada riesgo, asigne probabilidad (Alta/Media/Baja), impacto (Alto/Medio/Bajo), responsable (Institución/Contratista/Compartido) y medida de mitigación.

Riesgo identificado	Probabilidad	Impacto	Responsable	Medida de mitigación
Retrasos en la difusión de la publicidad contratada.	Media	Alta	Medio adjudicado	Establecer un cronograma de difusión, realizar seguimiento y exigir evidencias

Modelo basado en la Guía Simplificada de Estudios Precios de la DGCP.

Versión 1.0 — 16/07/2026 — Elaborado por: Dirección de Compras y Contrataciones del MOPC.



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

				de las publicaciones efectuadas.
Difusión de la publicidad en medios o plataformas distintas a las autorizadas o contratadas.	Baja	Alta	Medio adjudicado	Definir claramente los medios autorizados en el contrato y verificar el cumplimiento mediante reportes.
Alcance o cobertura inferior a la contratada	Medio	Alta	Medio adjudicado	Establecer indicadores de desempeño y solicitar informes de resultados que acrediten el alcance de la difusión.
Retrasos en la aprobación de las artes o contenidos publicitarios por parte de la institución.	Media	Medio	Compartido	Definir plazos para la revisión y aprobación de materiales y mantener coordinación entre las partes.
Suspensión o cancelación de espacios publicitarios por	Baja	Alto	Medio adjudicado	Prever la reprogramación de las publicaciones o

Modelo basado en la Guía Simplificada de Estudios Precios de la DGCP.

Versión 1.0 -- 16/07/2026 -- Elaborado por: Dirección de Compras y Contrataciones del MOPEC.



causas atribuibles al medio de comunicación o plataforma digital.				sustitución por espacios equivalentes, sin costo adicional para la institución.
---	--	--	--	---

5.3 Garantías requeridas

Indique las garantías que se exigirán, conforme al artículo 162 de la Ley núm. 47-25. Las garantías deben ser proporcionales al valor y riesgo del contrato.

Garantía de seriedad de la oferta (% del presupuesto estimado):

No se requiere garantía de seriedad de la oferta

Garantía de fiel cumplimiento del contrato (% del valor adjudicado):

No se requiere garantía de fiel cumplimiento del contrato

Garantía contra vicios ocultos y buen funcionamiento (% y vigencia):

No aplica para tipo de servicio a contratar

Otras garantías o coberturas requeridas:

No aplica

SECCIÓN 6. CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

6.1 Criterios de sostenibilidad aplicables

Modelo basado en la Guía Simplificada de Estudios Precios de la DGCP.

Versión 1.0 – 16/07/2026 – Elaborado por: Dirección de Compras y Contrataciones del MOPC.

Identifique los criterios de sostenibilidad (sociales, ambientales y económicos) aplicables a esta contratación, conforme a la Ley núm. 47-25.

Criterio social (empleo local, participación MIPYMES, sectores vulnerables, innovación):

Criterio social: La contratación promoverá el respeto a los principios de igualdad, inclusión y no discriminación, procurando que el contenido de las campañas publicitarias sea accesible, respetuoso de los derechos fundamentales y dirigido a la población de manera objetiva, sin fomentar estereotipos ni prácticas discriminatorias.

Criterio ambiental (huella de carbono, reciclaje, eficiencia energética, reducción de residuos):

Criterio ambiental: Se priorizará el uso de medios y plataformas digitales, radio y televisión, así como el intercambio electrónico de documentos durante la gestión contractual, con el propósito de reducir el consumo de papel y minimizar el impacto ambiental asociado a la ejecución de la contratación.

Criterio económico (valor por dinero, criterio de adjudicación, fomento a la industria nacional):

Criterio económico: La contratación se orientará al uso eficiente de los recursos públicos, procurando seleccionar los medios o plataformas que ofrezcan la mejor relación entre costo, cobertura, alcance e impacto de la campaña, garantizando además la transparencia mediante la presentación de evidencias e informes que acrediten la correcta ejecución de los servicios contratados.

6.2 Conclusión y recomendación del estudio

Con base en el análisis realizado en las secciones anteriores, redacte la conclusión del estudio previo. Debe responder: ¿Es la contratación la alternativa más conveniente? ¿Existe otra opción viable? ¿Se justifica técnica, jurídica y económicamente? ¿Qué modalidad de selección se recomienda?

Con base en el análisis técnico, jurídico y económico realizado, se concluye que la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital constituye la alternativa más conveniente para satisfacer la necesidad institucional de difundir información, campañas, programas y acciones de interés público de manera oportuna y

Modelo basado en la Guía Simplificada de Estudios Previos de la DGCP.

Versión 1.0 – 16/07/2026 – Elaborado por: Dirección de Compras y Contrataciones del MOPC. efectiva. Dada la naturaleza especializada de estos servicios y las características particulares de los medios de comunicación, no se identifican otras alternativas que permitan alcanzar los objetivos institucionales con el mismo nivel de cobertura, alcance y efectividad.



GOBIERNO DE LA
REPÚBLICA DOMINICANA

Desde el punto de vista técnico, la contratación responde a la necesidad de utilizar medios y plataformas que cuentan con la audiencia, cobertura y capacidad de difusión requeridas para garantizar el cumplimiento de los objetivos de comunicación de la institución. En el ámbito jurídico, la contratación se encuentra debidamente sustentada en las disposiciones de la Ley núm. 47-25 sobre Contrataciones Públicas y su Reglamento de Aplicación, las cuales contemplan la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital como un procedimiento de excepción mediante selección directa, siempre que se cumplan los requisitos y formalidades establecidos por la normativa vigente. En el aspecto económico, la contratación resulta viable al contar con la disponibilidad presupuestaria correspondiente y al procurar el uso eficiente de los recursos públicos, garantizando que la inversión realizada responda a las necesidades institucionales y a los principios de economía y eficiencia.

En consecuencia, se recomienda que la contratación sea realizada mediante el procedimiento de excepción para la contratación de publicidad a través de medios o plataformas de comunicación social y digital, conforme a lo establecido en la Ley núm. 47-25 sobre Contrataciones Públicas y el Decreto núm. 52-26, por ser la modalidad de selección que mejor se ajusta a la naturaleza y objeto de la presente contratación.

ELABORADO POR
Área Requiriente

Nombre:
ADDIS BURGOS
Cargo:
DIR. COMUNICACIONES

Fecha:
2 SEPTIEMBRE 2026



REVISADO POR
Unidad Operativa de
Contrataciones Públicas
(UOCP)

Nombre:
Emmanuel D.
Cargo:
Dir. Compra
Fecha:
17/09/26



APROBADO POR
Dirección Administrativa y
Financiera (DAF)

Nombre:
Guiberto V.
Cargo:
Dir. F. Sto. Dgo., R. D.
Fecha:
16/9/26





ANEXO – LISTA DE VERIFICACIÓN FINAL (CHECKLIST)

Antes de remitir el estudio previo a la UOCP, verifique cada punto:

- ☐ [PASO 1] La necesidad está claramente identificada y descrita como un problema institucional, NO como un producto deseado.
- ☐ [PASO 1] Se justificó por qué es necesaria la contratación y se vinculó al PAC vigente.
- ☐ [PASO 1] Se evaluaron alternativas antes de decidir contratar y se explicó por qué fueron descartadas.
- ☐ [PASO 2] El objeto del contrato tiene especificaciones técnicas funcionales, genéricas y objetivas.
- ☐ [PASO 2] NO se mencionan marcas, modelos, fabricantes ni proveedores específicos (salvo excepción justificada con «o equivalente»).
- ☐ [PASO 2] Se indicó la cantidad, alcance y plazo estimado de la contratación.
- ☐ [PASO 3] Se realizó el estudio de mercado con al menos dos o tres fuentes de referencia independientes.
- ☐ [PASO 3] Se describe la oferta disponible sin identificar ni favorecer a ningún proveedor.
- ☐ [PASO 3] Se identificaron los requisitos especiales del mercado (permisos, certificaciones, licencias).
- ☐ [PASO 4] El presupuesto estimado está sustentado en las fuentes consultadas (promedio de mercado, cotizaciones).
- ☐ [PASO 4] Se identificó la partida presupuestaria y se verificó la disponibilidad con la DAF.
- ☐ [PASO 4] Se indicó la forma de pago y la modalidad de selección resultante según umbrales DGCP.
- ☐ [PASO 5] Se identificaron los riesgos previsibles con su probabilidad, impacto, responsable y mitigación.
- ☐ [PASO 5] Se definió el tipo de contrato y las garantías requeridas (proporcionales al valor del contrato).
- ☐ [PASO 6] Se consideraron criterios de sostenibilidad (sociales, ambientales y económicos).
- ☐ [PASO 6] La conclusión justifica la contratación, recomienda la modalidad y descarta alternativas inviables.
- ☐ [GENERAL] Todos los soportes documentales (cotizaciones, consultas, capturas DGCP) están archivados en el expediente.

Modelo basado en la Guía Simplificada de Estudios Previos de la DGCP.

Versión 1.0 – 16/07/2026 – Elaborado por: Dirección de Compras y Contrataciones del MOPC.



- ☐ [GENERAL] El documento está firmado por el responsable del área requirente.

INSTRUCCIONES PARA EL ÁREA REQUIRENTE (ELIMINAR SECCION DE INSTRUCCIONES ANTES DE IMPRIMIR EL DOCUMENTO)

- Este documento debe ser completado por el área requirente que identifica la necesidad de contratación.
- Todos los campos son obligatorios. No deje secciones en blanco.
- No mencione marcas, modelos, fabricantes ni proveedores específicos, salvo en los casos de excepción previstos por la ley (proveedor único o exclusividad), en cuyo caso debe justificarlo detalladamente y añadir «o equivalente».
- El presupuesto estimado debe sustentarse en al menos dos o tres fuentes independientes (Sistema de Información de Precios DGCP, cotizaciones referenciales, contratos anteriores de instituciones homólogas, catálogos).
- Todos los soportes documentales (cotizaciones, consultas, capturas del sistema DGCP) deben conservarse en el expediente administrativo.
- Una vez completado, el documento debe ser firmado por los responsables del área requirente y remitirse a la Unidad Operativa de Contrataciones Públicas (UOCP) para fines de elaboración del pliego de condiciones.

NOTA LEGAL – CONSERVACIÓN DE SOPORTES Y RESPONSABILIDAD INSTITUCIONAL

El estudio previo tiene valor de documento público y forma parte del expediente administrativo del proceso de contratación. La institución contratante está en la obligación legal de conservar de manera organizada, íntegra e inalterable todos los soportes que respalden la información contenida en este documento. La Dirección General de Contrataciones Públicas, la Contraloría General de la República, la Cámara de Cuentas y cualquier otro órgano de fiscalización podrán solicitar en cualquier momento los soportes documentales que sustenten el estudio previo. Un estudio previo que no pueda ser sustentado con evidencias reales, verificables e independientes no cumple con las exigencias de la Ley núm. 47-25 y podrá configurar una irregularidad administrativa.

