

ESTUDIO PREVIO PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIO DE CONSULTORÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA, POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL Y GESTIÓN DE CAMPAÑA PÚBLICA SOBRE LA REFORMA EDUCATIVA IMPULSADA MEDIANTE EL DECRETO NÚM. 309-26

Institución contratante	Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCYT)
Unidad requirente	Dirección de Comunicaciones
Código proceso	MESCYT-CCC-CP-2026-0016
Código UNSPSC	Familia 80100000 - Servicios de asesoría y gestión, Rubro – clase 80101504 – Servicios de asesoramiento sobre planificación estratégica.
Objeto de la contratación	Contratación de servicio de consultoría en comunicación estratégica, posicionamiento institucional y gestión de campaña pública sobre la reforma educativa impulsada mediante el decreto núm. 309-26.
Fecha de elaboración	Septiembre 2026
Presupuesto estimado	RD\$3,500,000.00, impuestos incluidos

El presente estudio previo se elabora como instrumento de planificación para sustentar la contratación de servicios especializados de consultoría en comunicación estratégica, posicionamiento institucional y gestión de campaña pública, en apoyo a las acciones desarrolladas por la Comisión para la Transformación Educativa creada mediante el Decreto núm. 309-26. La contratación procura asegurar una comunicación institucional planificada, coherente, medible y con capacidad de respuesta ante las necesidades de información, participación ciudadana y posicionamiento público vinculadas al proceso de transformación educativa.

SECCIÓN 1. IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

1.1 Situación actual

El MESCYT, en el marco de sus atribuciones y de las acciones vinculadas a la Comisión para la Transformación Educativa, participa en un proceso de alcance nacional que requiere informar, socializar y comunicar de manera continua los objetivos, avances, resultados y beneficios asociados a la transformación del sistema educativo dominicano.

El Decreto núm. 309-26 impulsa espacios de consulta, participación, diálogo y construcción de consensos con estudiantes, docentes, universidades, sectores académicos, organismos internacionales, sociedad civil, medios de comunicación y demás actores vinculados al sistema educativo. La diversidad de públicos, canales y temas exige una estrategia especializada que articule comunicación institucional, relaciones públicas, comunicación digital, producción de contenidos, monitoreo, análisis de percepción y manejo preventivo de riesgos reputacionales.

En consecuencia, resulta necesario contar con una empresa especializada que disponga de experiencia comprobable, personal técnico calificado y capacidad operativa para diseñar e implementar una estrategia

integral de comunicación y acompañar al MESCYT y a la Comisión durante la ejecución de las acciones previstas.

1.2 Justificación de la contratación

La contratación se justifica en la necesidad institucional de disponer de capacidades especializadas que complementen la gestión ordinaria de comunicación del MESCYT y permitan desarrollar, de forma integrada, las acciones requeridas por la Reforma Educativa.

- Diseñar e implementar una estrategia integral de comunicación institucional y posicionamiento.
- Garantizar una presencia mediática constante, estratégica y positiva en medios tradicionales, digitales y espacios de opinión pública.
- Desarrollar campañas creativas y contenidos audiovisuales, gráficos y multimedia orientados a ampliar el alcance y la interacción ciudadana.
- Gestionar relaciones con medios de comunicación, líderes de opinión, sectores académicos y actores estratégicos.
- Fomentar la participación ciudadana, el diálogo social y la apropiación colectiva del proceso de transformación educativa.
- Fortalecer la vocería institucional del MESCYT y de la Comisión.
- Monitorear medios tradicionales, redes sociales, percepción pública, tendencias y riesgos reputacionales.
- Implementar mecanismos de manejo de crisis y comunicación preventiva, con capacidad de respuesta oportuna.
- Medir el desempeño de las acciones mediante reportes, métricas e indicadores de posicionamiento, alcance e interacción.

1.3 Vinculación con la planificación institucional

La necesidad se encuentra vinculada con las actividades de comunicación institucional del MESCYT y con los objetivos relacionados con la difusión y acceso a las informaciones sobre los programas, servicios, convocatorias, actividades e iniciativas desarrolladas por el ministerio, así como con las acciones de consulta, socialización y participación asociadas a la transformación educativa.

La contratación permitirá apoyar la comunicación pública de la Reforma Educativa impulsada mediante el Decreto núm. 309-26, fortaleciendo la comprensión de sus objetivos, alcance, avances e impacto.

Asimismo, la contratación se encuentra prevista en el Plan Anual de Compras (PAC) correspondiente al año 2026, bajo la familia 80100000 Servicios de asesoría y gestión, código UNSPSC 80101504 – Servicios de asesoramiento sobre planificación estratégica.

SECCIÓN 2. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN Y ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

2.1 Objeto

El objeto consiste en la contratación de un servicio de consultoría en comunicación estratégica, posicionamiento institucional y gestión de campaña pública, para apoyar el proceso de Reforma Educativa impulsado mediante el Decreto núm. 309-26, que crea la Comisión para la Transformación Educativa, mediante el diseño, planificación, implementación y seguimiento de estrategias y acciones integrales de comunicación.

DMCV
ACO

2.2 Objetivos específicos

- Posicionar al MESCYT y a la Comisión para la Transformación Educativa como actores clave en el proceso de modernización y fortalecimiento del sistema educativo nacional.
- Fortalecer la difusión de las acciones, avances y resultados vinculados a la Reforma Educativa mediante presencia estratégica en medios tradicionales, digitales y espacios de opinión.
- Potenciar la comunicación digital institucional mediante campañas y contenidos audiovisuales, gráficos y multimedia.
- Desarrollar estrategias diferenciadas para estudiantes, docentes, universidades, sectores académicos, organismos internacionales, sociedad civil y demás públicos vinculados.
- Promover una narrativa institucional coherente y alineada con los objetivos del proceso de transformación educativa.
- Fomentar la participación ciudadana y el diálogo social.
- Fortalecer las capacidades de vocería institucional.
- Contar con monitoreo, análisis y reportería de medios tradicionales y digitales.
- Identificar tendencias, opiniones, riesgos reputacionales y niveles de interacción relacionados con el Decreto núm. 309-26.
- Implementar estrategias de manejo de crisis y comunicación preventiva.

2.3 Alcance del servicio y entregables principales

- Plan Estratégico Integral de Comunicación Institucional y Posicionamiento de la Reforma Educativa, incluyendo cronograma de ejecución, públicos objetivos, narrativa institucional y estrategia de medios.
- Estrategia de comunicación digital y manejo de redes sociales institucionales, incluyendo planificación de contenido, campañas publicitarias y lineamientos de comunicación.
- Diseño e implementación de campañas institucionales de comunicación y sensibilización ciudadana relacionadas con la transformación educativa.
- Producción de piezas gráficas, audiovisuales y multimedia para medios tradicionales, plataformas digitales y redes sociales.
- Producción y ejecución de contenidos audiovisuales, streaming, podcast, entrevistas y cápsulas institucionales.
- Plan y protocolo de manejo de crisis comunicacional, incluyendo monitoreo, respuesta rápida y recomendaciones estratégicas.
- Servicio permanente de monitoreo de medios, redes sociales y percepción pública.
- Reportes periódicos de métricas, posicionamiento mediático, engagement, reputación institucional y desempeño de campañas.
- Estrategia de relacionamiento y gestión con medios de comunicación, líderes de opinión y actores relevantes.
- Capacitación y fortalecimiento de la vocería institucional del MESCYT y de la Comisión para la Transformación Educativa.
- Informe final consolidado de resultados, impacto comunicacional, cumplimiento de objetivos y recomendaciones estratégicas.

DMCV
ALC

2.4 Capacidad técnica y experiencia del oferente

Los oferentes deberán presentar propuesta para la totalidad de los servicios descritos y acreditar la idoneidad y experiencia necesarias para su ejecución. Como requisitos técnicos de referencia:

- Demostrar un mínimo de diez (10) años ininterrumpidos en consultorías de comunicación corporativa, comunicación institucional y en el diseño, desarrollo e implementación de estrategias publicitarias, campañas de posicionamiento, manejo de reputación institucional y comunicación digital para instituciones públicas o privadas, acreditables mediante Registro Mercantil.
- El oferente deberá presentar como mínimo cinco (5) contratos, órdenes de servicio, cartas de referencia o certificaciones de recibido conforme, que acrediten experiencia en la prestación de servicios similares de comunicación estratégica, posicionamiento institucional, comunicación corporativa, gestión de campañas y/o servicios de naturaleza equivalente, prestados a instituciones del sector público o empresas privadas.

De las cinco (5) experiencias presentadas, al menos tres (3) deberán corresponder a servicios prestados a instituciones del sector público.

- Acreditar la disponibilidad del equipo profesional requerido y presentar los documentos académicos y laborales que sustenten los perfiles.

2.5 Equipo de trabajo mínimo

Perfil	Requisitos mínimos
Director de cuenta en comunicación estratégica	Licenciatura en Comunicación Social o Periodismo; título de maestría; mínimo diez (10) años de experiencia profesional comprobable en comunicación corporativa, comunicación institucional y estrategias publicitarias.
Gerente de cuenta	Licenciatura en Comunicación Social, Periodismo o Negocios; título de maestría; mínimo diez (10) años de experiencia profesional comprobable en comunicación corporativa, comunicación institucional y estrategias publicitarias.
Ejecutivo de cuenta	Licenciatura en Comunicación Social, Periodismo o Negocios; mínimo cinco (5) años de experiencia profesional comprobable en el área de comunicación.
Diseñador gráfico	Licenciatura o estudios técnicos en Publicidad, Diseño o Cine; mínimo cinco (5) años de experiencia profesional comprobable en diseño gráfico.
Periodista	Licenciatura en Comunicación Social o Periodismo; mínimo cinco (5) años de experiencia profesional comprobable en comunicación.

DMCv
ALC

PD

2.6 Documentación de acreditación del personal

- Los títulos de grado, maestrías, constancias o certificaciones laborales y cualquier otra documentación que avale la formación y experiencia requerida.
- Planilla de la TSS del mes de agosto agosto del 2026 donde se visualicen los profesionales dentro de la nómina de la empresa.
- Cuando el personal técnico sea contratado, copias de los contratos, acuerdos o documentos contractuales vigentes que acrediten su disponibilidad para el servicio.
- Formulario de Personal de Plantilla del Oferente (SNCC.F.037), cuando corresponda conforme a los documentos del procedimiento.

2.7 Forma de coordinación, recepción y verificación

La empresa adjudicataria deberá coordinar la ejecución con la unidad responsable designada por el MESCYT. Cada producto o entregable estará sujeto a revisión y aprobación institucional. Cuando se identifiquen observaciones, inconsistencias o incumplimientos respecto de los requerimientos, el adjudicatario deberá realizar las correcciones correspondientes dentro del plazo que le sea comunicado, sin costo adicional para la institución.

Los informes y productos deberán permitir verificar las actividades realizadas, resultados alcanzados, métricas de desempeño, evidencias de ejecución y cumplimiento del cronograma aprobado.

2.8 Tiempo de ejecución

El período de ejecución estimado es de tres (3) meses, conforme a la planificación utilizada para determinar el presupuesto referencial. La vigencia definitiva, fechas de inicio y terminación y condiciones de ejecución serán establecidas en el Pliego de Condiciones y el contrato correspondiente.

SECCIÓN 3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Características del mercado

El mercado nacional dispone de agencias, firmas consultoras y empresas especializadas en comunicación estratégica, relaciones públicas, comunicación gubernamental, producción audiovisual y comunicación digital. La naturaleza del servicio requiere experiencia institucional, capacidad de planificación, personal multidisciplinario y recursos para producir contenidos, gestionar medios, monitorear la conversación pública y responder a escenarios de comunicación de alta exposición.

3.2 Metodología para el estudio de mercado

Para la determinación del monto estimado se tomó como referencia el alcance nacional del servicio, la duración prevista de tres (3) meses, los recursos humanos especializados requeridos, la producción de materiales comunicacionales, la gestión de medios y las actividades de monitoreo y análisis.

Asimismo, el levantamiento previo disponible identifica que servicios de comunicación estratégica y posicionamiento institucional de alcance comparable presentan rangos aproximados entre RD\$3,500,000.00 y RD\$5,670,000.00, dependiendo del alcance, duración, cantidad de productos y personal especializado requerido.

DMCV
ACO

3.3 Fuentes para el análisis de mercado

Fuente	Información considerada
DGCP/ SECP	PROMIPYME-2024-00180, Contratación de acompañamiento en materia de comunicación, creación de estrategias y otros servicios para el consejo nacional de promoción y apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa. Por un monto de RD\$5,310,000.
DGCP/ SECP (ADJUDICADO)	DGAPP-CCC-CP-2021-0010 Contratación de agencia para servicios de consultoría de plan de comunicaciones, reputación, manual de crisis, servicios digitales y monitoreo para la DGAPP. Por un valor de RD\$4,400,00.
DGCP/ SECP (EN ETAPA CERRADA)	ETED-CCC-CP-2026-0040, Contratación de una firma, agencia de publicidad o estudio de diseño estratégico especializado, responsable del rediseño integral de la identidad visual corporativa e imagen institucional de la empresa. Por un valor de RD\$3,500,000.00
DGCP/ SECP (ADJUDICADO)	PROMIPYME-CCC-PEPS-2026-0001 Servicio de consultoría estratégica en comunicación institucional. Por un valor de RD\$5,670,000.00

SECCIÓN 4. PRESUPUESTO ESTIMADO

4.1 Estimación del costo

El presupuesto referencial se determinó tomando en consideración las referencias de mercado disponibles y el alcance técnico previsto para la contratación.

Monto total estimado: RD\$3,500,000.00 (tres millones quinientos mil pesos dominicanos con 00/100), impuestos incluidos.

4.2 Partida presupuestaria y forma de pago

La contratación será financiada con cargo a la partida presupuestaria correspondiente a 2.2.8.7.06 Otros servicios técnicos profesionales, presupuesto institucional aprobado para el ejercicio fiscal 2026. La disponibilidad presupuestaria ha sido verificada con la Dirección Financiera del Ministerio de Educación Superior Ciencia y Tecnología (MESCYT)

Los pagos serán realizados contra la presentación de factura válida, previa verificación y recepción conforme de los productos y servicios efectivamente ejecutados. La factura deberá estar acompañada de los entregables, informes, evidencias de ejecución y certificación de recepción de conformidad que correspondan.

4.3 Modalidad de contratación

Tomando en consideración el presupuesto estimado de RD\$3,500,000.00 y las disposiciones aplicables para el año 2026, la contratación se proyecta mediante el procedimiento Contratación Simplificada de acuerdo a resolución Núm. PNP-03-2026 que establece los umbrales topes para la determinación de los

DMCV
ALC

procedimientos ordinarios de selección, correspondientes al año dos mil veintiséis (2026) emitida por la Dirección General de Contrataciones Publicas en fecha veinticinco (25) días del mes de marzo del año dos mil veintiséis (2026).

SECCIÓN 5. RIESGOS PREVISIBLES, TIPO DE CONTRATO Y GARANTÍAS

5.1 Tipo de contrato

La contratación dará lugar a un contrato de servicios especializados, mediante el cual el adjudicatario se obligará a ejecutar los servicios de comunicación estratégica, posicionamiento institucional y gestión de campaña pública conforme al alcance, entregables, cronograma, instrucciones del MESCYT y demás condiciones establecidas en el Pliego de Condiciones y el contrato.

5.2 Identificación y asignación de riesgos

Riesgo identificado	Probabilidad	Impacto	Asignación	Medida de tratamiento
Desinformación o narrativa pública adversa	Media	Alta	Suplidor / MESCYT	Monitoreo permanente, alertas tempranas y protocolo de respuesta.
Retrasos en entregables o campañas	Media	Alta	Suplidor	Cronograma, seguimiento periódico y control de hitos.
Crisis reputacional	Baja/Media	Alta	Compartido	Plan de crisis, vocerías definidas y respuesta coordinada.
Bajo desempeño de campañas o contenidos	Media	Media/Alta	Suplidor	Seguimiento de indicadores y ajustes de estrategia.
Fallas tecnológicas o pérdida de información	Baja	Media	Suplidor	Respaldo de archivos, plataformas y controles de continuidad.
Mensajes institucionales inconsistentes	Media	Alta	Compartido	Validación previa de contenidos y lineamientos de narrativa.
Cambios de agenda o prioridades institucionales	Media	Media	Compartido	Coordinación y ajustes autorizados al cronograma.
Incumplimiento de obligaciones contractuales	Baja/Media	Alta	Suplidor	Supervisión, recepción conforme y aplicación de medidas contractuales.

DMCv
Aco

5.3 Garantías requeridas

Las garantías aplicables deberán establecerse en el Pliego de Condiciones conforme a la Ley núm. 47-25, su Reglamento de Aplicación núm. 52-26 y las características y monto definitivo del procedimiento. Se contemplarán, cuando correspondan, la Garantía de Seriedad de la Oferta y la Garantía de Fiel Cumplimiento del Contrato.

SECCIÓN 6. CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD Y CONCLUSIÓN

6.1 Criterios de sostenibilidad aplicables

- Criterio social e institucional: promover una comunicación accesible, inclusiva y orientada a facilitar el acceso de la ciudadanía a información de interés público sobre la transformación educativa.
- Criterio ambiental: priorizar productos y entregables digitales, reducir impresiones innecesarias y favorecer la reutilización de contenidos audiovisuales, gráficos y multimedia.
- Criterio de eficiencia: orientar la ejecución a resultados medibles, mediante indicadores de alcance, posicionamiento, interacción, percepción y desempeño de las campañas.
- Criterio de transparencia: asegurar que las informaciones difundidas sean coherentes con los mensajes institucionales validados y permitan una comunicación pública clara y verificable.

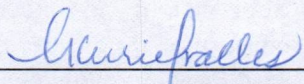
6.2 Conclusión y recomendación del estudio

Como resultado del análisis realizado, se determina que existe una necesidad institucional objetiva y justificada de contratar una empresa especializada en comunicación estratégica, posicionamiento institucional y gestión de campaña pública para apoyar las acciones vinculadas a la Reforma Educativa impulsada mediante el Decreto núm. 309-26.

La naturaleza y alcance del servicio requieren una empresa con experiencia comprobable, capacidad técnica y operativa, personal multidisciplinario especializado y aptitud para desarrollar de forma integrada estrategias de comunicación, relaciones con medios, producción de contenidos, comunicación digital, monitoreo, análisis, fortalecimiento de vocerías y manejo preventivo de riesgos reputacionales.

El presupuesto estimado asciende a TRES MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS DOMINICANOS CON 00/100 (RD\$3,500,000.00), impuestos incluidos, para un período estimado de ejecución de tres (3) meses.

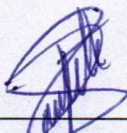
En virtud de lo anterior, se recomienda iniciar el procedimiento de contratación correspondiente, sujeto a la confirmación del código UNSPSC, vinculación con el Plan Anual de Compras, partida y disponibilidad presupuestaria, así como a las demás condiciones legales, técnicas y administrativas que deberán integrarse al expediente.



Amanda D. Curiel Ovalles

Perito Técnico

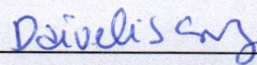
Directora de Comunicaciones



Paulette Díaz

Perito Legal

Analista Legal



Daivelis M. Cruz Vicente

Perito Financiero

Técnico de Contabilidad