



**Consejo Nacional de la Persona
Envejeciente**

Señores

Dirección Administrativa y Financiera (DAF)

Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (CONAPE)

Estimados señores:

ASUNTO: Remisión del Estudio Previo para la contratación de espacios publicitarios en periódicos de circulación nacional para publicidad y propaganda del CONAPE.

Luego de un cordial saludo tenemos a bien presentar para su conocimiento y aprobación el estudio previo realizado sobre la **contratación de espacios publicitarios en periódicos de circulación nacional para colocación de publicidad y propaganda requeridos** por el Departamento de Comunicaciones.

En ese sentido, fueron tomados en cuenta los lineamientos establecidos en La Ley No. 47-25 sobre Contrataciones Públicas y su reglamento de aplicación aprobado mediante decreto No. 52-26 en lo referente a los aspectos a tomar en cuenta al recabar la información necesaria para completar el documento indicado; así mismo, fue consultado el manual metodológico para el diseño y elaboración de estudios previos emitido por la Dirección General de Compras y Contrataciones Públicas (DGCP) como órgano rector.

Realizado por:

1. Thui de Jesús-Responsable Jurídico
2. Ived Peniche- Responsable Financiero
3. Harold Castillo Figueroa – Responsable Técnico
4. Gisela Mera – Responsable Técnico

En Santo Domingo, Distrito Nacional el 14 de mayo de 2026.

OBJETO DEL ESTUDIO: Contratación de espacios publicitarios en periódicos de circulación nacional para publicidad y propaganda para el Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (CONAPE), durante el año 2026.

I. Antecedentes institucionales.

El Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (CONAPE), creado mediante la Ley 352-98 y su Reglamento de Aplicación No. 1372-04, es el órgano rector en materia de protección de los derechos de las personas adultas mayores en la República Dominicana.

En cumplimiento de su mandato, el CONAPE desarrolla políticas, programas y acciones orientadas a garantizar el bienestar integral de esta población, promoviendo su inclusión social, dignidad y calidad de vida.

En este contexto, la comunicación institucional constituye un eje transversal para visibilizar las acciones, programas y servicios dirigidos a las personas adultas mayores, así como para fomentar la sensibilización social y el conocimiento de sus derechos.

La difusión de programas, proyectos y contenidos institucionales dirigidos a las personas adultas mayores a través de distintos medios de comunicación permite fortalecer la transparencia, la rendición de cuentas y la cercanía con la ciudadanía.

A través de campañas en medios tradicionales, se garantiza el acceso a información oportuna sobre actividades de desarrollo social, recreativas, educativas y culturales, que contribuyen a su bienestar y calidad de vida.

En este sentido, la ejecución de estrategias de publicidad y propaganda en los distintos medios de comunicación no solo facilita la difusión de información institucional, sino que también constituye un pilar clave para la transparencia, la sensibilización social y la promoción de una sociedad más inclusiva, equitativa y participativa.

II. La necesidad por atender.

La presente contratación tiene como objetivo garantizar la planificación, diseño, difusión y colocación de campañas de publicidad y propaganda institucional durante el año 2026.

La misma responde a los siguientes aspectos:

1. Especificaciones necesarias para satisfacer la necesidad:

Difusión de programas, servicios e iniciativas institucionales.

Permite garantizar el acceso oportuno de la población a la información, promover el conocimiento de los servicios disponibles y fortalecer el posicionamiento y la presencia del CONAPE en la sociedad.

Promoción de los derechos de las personas adultas mayores.

Es esencial para fortalecer la conciencia social, prevenir situaciones de vulnerabilidad y garantizar el ejercicio pleno de sus derechos, contribuyendo a su bienestar integral y a una sociedad más inclusiva.

Fortalecimiento del posicionamiento institucional del CONAPE

Fundamental para consolidar su rol como entidad rectora en materia de protección y atención integral de las personas adultas mayores, incrementando su visibilidad, credibilidad y presencia en la sociedad.

Cumplimiento de disposiciones legales en materia de publicidad de actos administrativos.

Es esencial para garantizar la transparencia, el acceso a la información pública y la rendición de cuentas, conforme al marco normativo vigente.

2. Variables que afectan el precio final de los bienes o servicios

- Tasa del dólar
- Costos de producción o adquisición
- Ubicación geográfica

3. Impacto de cambios tecnológicos

Los avances tecnológicos y la transformación digital de los medios de comunicación han modificado significativamente las dinámicas de acceso, consumo y difusión de la información, generando nuevas formas de interacción entre las instituciones públicas y la ciudadanía. En este contexto, la diversificación de plataformas digitales, redes sociales y canales multimedia exige que el Consejo Nacional de la Persona Envejeciente (CONAPE) adapte sus estrategias de comunicación para garantizar una difusión oportuna, efectiva y segmentada de sus programas, servicios e iniciativas.

En consecuencia, resulta necesario contar con espacios especializados para publicidad y propaganda que permitan aprovechar estas herramientas tecnológicas, optimizar la presencia institucional en entornos digitales y tradicionales, y asegurar un mayor alcance e impacto de los mensajes dirigidos a la población, especialmente a las personas adultas mayores y sus familias. Esta contratación contribuye, además, a fortalecer el posicionamiento institucional, mejorar la interacción con los diferentes públicos y garantizar el cumplimiento de los objetivos comunicacionales en un entorno mediático en constante evolución.

2. Verificar que la contratación cumple con todas las leyes, regulaciones y normativa aplicable.

Para la elaboración del requerimiento fue consultado en primer lugar al departamento Jurídico y a la División de Compras para identificar cuáles leyes, decretos, manuales y procedimientos deben ser cumplidos para una correcta ejecución de este proceso.

Pudimos identificar de manera enunciativa y no limitativa las siguientes normas:

1. Ley 352-98 sobre protección a la persona envejeciente y su Reglamento de aplicación mediante Decreto 1372-04.
2. Ley 47-25 sobre contrataciones públicas y su reglamento de aplicación, aprobado mediante decreto 52-26
3. Ley 6132 de 1962 de expresión y difusión del pensamiento

3. Evaluar si tiene los recursos humanos, técnicos y administrativos disponibles para gestionar la contratación.

El CONAPE cuenta con el personal y recursos técnicos necesarios para realizar la gestión de la contratación desde su fase de preparación hasta el cierre del eventual contrato.

III. Identificar el objeto del contrato, su naturaleza, características y especificaciones.

La contratación de **espacios publicitarios en periódicos de circulación nacional para colocación de publicidad y propaganda del CONAPE**, se realiza en cumplimiento de la Ley 352-98 y la Ley 47-25 y su misión de promover el bienestar de los adultos mayores. Estas actividades no solo mejoran el acceso a la información, sino que también fortalecen la inclusión social, la participación y la visibilidad institucional.

Naturaleza del Contrato:

Contrato de prestación de servicios de publicidad y propaganda.

Contrato a requerimiento hasta agotar el presupuesto establecido.

Características del Contrato:

Duración determinada: Un año.

Obligaciones del proveedor: Cumplir con los lineamientos institucionales, garantizar la calidad técnica de los materiales, y respetar los plazos establecidos para la ejecución de los servicios.

IV. Las particularidades del mercado, en cuanto a cómo y en cuáles plazos se ofrece ese bien, se presta el servicio o se ejecuta la obra, así como los aspectos legales y financieros que deben cumplir los oferentes interesados

Las condiciones de experiencia, la capacidad jurídica, financiera y de organización de los proponentes que se requiere para la participación en el respectivo proceso de selección son las siguientes:

1. REQUISITOS TÉCNICOS Y DE EXPERIENCIA

- 1.1 La experiencia del oferente en el suministro de bienes y servicios debe ser de 1 año mínimo. (reciente)
- 1.2 Cumplimiento normativo y legal. (El oferente debe tener todas las licencias necesarias para operar en su campo de servicios)
- 1.3 Capacidad de producción y entrega. (El oferente debe cumplir con la expectativa de demanda que requiere el CONAPE, para cumplir con el contrato establecido.
- 1.4 Responsabilidad social y ambiental. (el oferente debe cumplir con criterios de sostenibilidad ambiental, para dar cumplimiento a las políticas ambientales demandadas según los límites)

2. REQUISITOS JURIDICOS

2.1 Los requisitos jurídicos con los que deben cumplir las ofertas para ser admisibles son las siguientes:

1. Formulario de Presentación de Oferta (SNCC.F.034)
2. Formulario de Información sobre el(la) Oferente (SNCC.F.042)



**Consejo Nacional de la Persona
Envejeciente**

3. Registro de Proveedores del Estado (RPE), emitido por la Dirección General de Contrataciones Públicas.
4. Copia del Registro Mercantil expedido por la Cámara de Comercio y Producción correspondiente (vigente).
5. Certificación MIPYMES (cuando aplique)
6. Copia de la cédula de identidad y electoral de la persona autorizada a firmar

3. REQUISITOS ECONÓMICOS

1. Formulario de Presentación de Oferta Económica (SNCC.F.033), y/o cotización formal firmada y sellada.

V. El costo estimado del bien, obra o servicio a contratar, que determine el presupuesto de la contratación e identifique la partida presupuestaria a afectar.

1. **Análisis de la demanda y la oferta de los bienes para identificar criterios de triple impacto (ambiental, social y económico) asociados al objeto de la contratación, así como el criterio de valor por dinero y los riesgos previsibles involucrados.**

Luego de realizar una investigación de mercado en diferentes fuentes de información, iniciando con la identificación de la cuenta y partida presupuestaria disponible que sería afectada.

La cuenta para imputar en este proceso es la 2.2.2.1.01 por un valor de RD\$186,000.00

2. Criterios sociales:

a. Igualdad de oportunidades y no discriminación:

Para promover la igualdad de oportunidades en la contratación de servicios, como la contratación de servicios de publicidad y propaganda es importante tener en cuenta varios principios y prácticas que aseguren que todas las empresas o proveedores tengan las mismas oportunidades de participar en el proceso, sin discriminación o favoritismo.

- b. Condiciones laborales justas: Salarios dignos, jornadas laborales decentes, seguridad e higiene en el trabajo, y respeto a los derechos sindicales.**

[En este proceso no es un criterio determinante](#)



**Consejo Nacional de la Persona
Envejeciente**

- c. **Impacto social positivo:** Priorizar empresas que contribuyan al desarrollo de la comunidad local, la generación de empleo y la cohesión social.

En este proceso no es un criterio determinante

- d. **Criterios ambientales:**

1. Sostenibilidad de los materiales de impresión

Puede requerirse la certificación de materiales provenientes de bosques certificados.

- **Materiales sostenibles:** Preferir materiales reciclados, biodegradables o de origen local para reducir la huella ambiental.

Es posible solicitar a los posibles oferentes el uso reducido de plásticos en el embalaje

- **Reducción de residuos:** Minimizar la generación de residuos durante la ejecución del contrato y fomentar prácticas de reciclaje y reutilización.

En este proceso no es un criterio determinante

- e. **Criterios económicos:**

- **Optimización de recursos:** Asegurar la mejor relación calidad-precio, utilizando los recursos públicos de manera eficiente y transparente.

- f. **Fomento de la innovación:** Estimular la contratación de soluciones innovadoras que aporten valor añadido y contribuyan al desarrollo económico.

En este proceso no es un criterio determinante

- g. **Apoyo a la economía local:** Priorizar empresas locales o regionales para fortalecer el tejido empresarial y generar empleo en la zona.

Para identificar los criterios sugeridos por la norma fueron consultadas las Políticas de Compras Verdes, en la Guía de Gestión Integral y en la Guía de Pautas sobre el criterio valor por dinero en la contratación pública y la guía de compra y ahorro de papel.

VI. Los criterios sociales, ambientales y económicos asociados a la contratación, con el propósito de generar los mayores beneficios posibles, con los recursos disponibles.

La contratación de servicios de publicidad y propaganda para el CONAPE durante el año 2026 incorpora criterios que procuran el uso responsable de los recursos públicos, considerando los siguientes aspectos:

1. Criterios sociales:

- Se prioriza la contratación de proveedores nacionales, fomentando el fortalecimiento de la industria periodística local y la generación de empleo.
- El acceso a información veraz y actualizada contribuye a una gestión institucional más transparente y responsable frente a la ciudadanía.

2. Criterios ambientales:

- Se promoverá el manejo adecuado del material impreso mediante reciclaje o reutilización interna, minimizando el impacto ambiental.
- Se evaluará la posibilidad de optar por proveedores que demuestren buenas prácticas ambientales en su proceso de impresión (uso de papel reciclado, tintas ecológicas, etc.).

3. Criterios económicos:

- Se buscará obtener la mejor relación costo-beneficio mediante la comparación de tarifas por suscripción, volumen de ejemplares y duración del servicio.
- El acceso continuo a la prensa permite una mejor toma de decisiones institucionales, lo que se traduce en impactos positivos en la gestión de recursos públicos.

4. Condiciones laborales justas:

- Asegurar que el proveedor cumpla con el pago de impuestos y seguridad social.

VII. La determinación del tipo de contrato a celebrar, describiendo su objeto y las prestaciones que se espera recibir del proveedor.

El contrato a celebrar será de suministro de servicios, bajo la modalidad de prestación continua, ya que implica la entrega periódica de ejemplares impresos durante un periodo determinado y a requerimiento.

El proveedor debe :

- Garantizar la entrega según corresponda.
- Garantizar la entrega puntual, en horarios matutinos, que permita su uso durante la jornada laboral.
- Suministro continuo sin interrupciones, salvo causas de fuerza mayor justificadas.
- Atención oportuna de quejas, reclamos o fallas en la entrega.
- Emisión de facturación clara y periódica conforme a los términos establecidos en el contrato.
- Cumplir con los requisitos técnicos establecidos.
- Cumplir con las normas de compras y contrataciones del contrato
- Cumplir con el plazo establecido en el contrato

VIII. La estimación, tipificación y asignación de los riesgos previsibles involucrados en la contratación.

La contratación de espacios publicitarios para publicidad y propaganda puede implicar ciertos riesgos que deben ser gestionados adecuadamente para asegurar la efectividad y sostenibilidad de los proyectos.

[VER MATRIZ ANEXA](#)

IX. Las garantías requeridas para el procedimiento de selección y para la ejecución del contrato.

Para este proceso, se puede requerir la constitución de las siguientes garantías:

1. Garantía de seriedad de la oferta: póliza de garantía bancaria y/o póliza de fianza a favor del CONSEJO NACIONAL DE LA PERSONA ENVEJECIENTE, por un monto equivalente al 1% del valor de la oferta. Según establece el artículo 202 del decreto 52-26, sobre aplicación de la Ley de contrataciones públicas.
2. Garantía de fiel cumplimiento del contrato: Póliza de garantía bancaria y/o póliza de fianza. La vigencia de la garantía será de 01 año, contados a partir de la constitución de la misma hasta el fiel cumplimiento del contrato.

X. Perfil de los peritos

Los peritos designados deben cumplir Con el siguiente perfil :

Formación Académica

- **Título universitario, cursos de especialización en compras, redacción de informes técnicos**
- **Certificaciones:** Diplomados y cursos de especialización en Relaciones Públicas y Prensa; Gestión y Monitoreo de Medios, Comunicación Estratégica y Asertiva, Certificaciones en compras públicas, gestión de contratos o auditoría.
- Técnico en producción de TV, artes visuales y fotografía/ Habilidades de Comunicación/ Desarrollo Organizacional/ Ortografía y Redacción de Informes Técnicos/ Sensibilización en Ciberseguridad/ Operaciones Básicas de Programas de Oficina.

Experiencia Profesional

- **Experiencia:** experiencia práctica en el ámbito de comunicaciones y prensa. Comprensión de las normativas y procedimientos legales que rigen las adquisiciones del sector público.
- Contar con habilidades técnicas y de comunicación que le permitan desempeñar su función de manera efectiva y garantizar la correcta utilización de los recursos públicos en beneficio de la sociedad.
- Dominio del área técnica, equipos tecnológicos y necesarios para la gestión de contenido para televisión, redes sociales y otros medios de comunicación.
- **Conocimiento del Mercado:** conocimiento de precios y costos

Habilidades Técnicas

- **Inspección/Auditoría de cumplimiento:** habilidad para negociar precios y servicios. Familiaridad con las dinámicas de proveedores, editores de las diferentes plataformas comunicacionales.

Cualidades Personales

- **Integridad Profesional:** Compromiso con altos estándares éticos y profesionales.

- **Proactividad:** identificar tempranamente los posibles problemas o desafíos que requieran cambios o adaptaciones
- **Orientación al consumidor final:** Garantizar que los usuarios y/o consumidores reciban productos seguros y de calidad.

Habilidades Prácticas

- **Capacidad analítica:** Competencia para realizar evaluaciones críticas sobre las necesidades de la institución en términos de la adquisición de publicaciones pagadas e impresiones para el CONAPE.

Habilidades Interpersonales

- **Comunicación efectiva:** capacidad de transmitir información con claridad para que el mensaje se interprete de la manera deseada. Implica la comprensión mutua con el fin de generar un intercambio productivo y fomentar la colaboración.
- **Imparcialidad:** capacidad para abstraerse de consideraciones subjetivas y centrarse en la objetividad para realizar un juicio.
- **Trabajo en equipo:** competencia para colaborar con otros profesionales integrándose en grupos de trabajo para lograr objetivos comunes.

XI. Base legal y técnica

Ley No. 47-25 sobre Contrataciones Públicas, la cual establece en su Artículo 87, lo siguiente: *Toda procedimiento de contratación deberá estar sustentado en estudios previos, de conformidad con lo dispuesto por los reglamentos de aplicación de la presente ley y con las regulaciones especiales aplicables al objeto contractual.*

Así mismo, el Reglamento de aplicación de la normativa antes citada, aprobado mediante Decreto No. 52-26, en su Artículo 85 indica: *Los estudios previos que sean desarrollados como parte de la planificación contractual de cada institución deben elaborarse por escrito, con la firma de los responsables técnicos, financieros y jurídicos de la institución, y deben formar parte integral del expediente administrativo del procedimiento de contratación. Deben contener, como mínimo, los aspectos establecidos en el artículo 87 de la Ley núm. 47-25.*

Por otro lado, el **Manual General de Procedimientos Ordinarios de Contratación Pública**: *“Los estudios previos deben contener una reflexión sobre la demanda y la oferta del bien, obra o servicio, lo que permitirá a la institución contratante establecer los requisitos mínimos que los oferentes deben*



**Consejo Nacional de la Persona
Envejeciente**

cumplir en términos de capacidad financiera, experiencia e idoneidad, de acuerdo con las condiciones del mercado y el objeto de la contratación. Este análisis también debe ofrecer información de forma enunciativa, no limitativa para definir el costo estimado y las especificaciones de los bienes, obras y servicios objeto del procedimiento de contratación, así como la identificación de criterios sociales, ambientales y económicos asociados a la contratación y los riesgos previsibles involucrados.”

Hecho y firmado en un (1) original de un mismo tenor y efecto, en la ciudad de Santo Domingo, Distrito Nacional, Capital de la República Dominicana, a los catorce (14) días del mes de mayo del año dos mil veintiséis (2026).

Responsables	Firma
Thui de Jesús - Responsable Jurídico	
Ived Peniche- Responsable Financiero	
Harold Castillo Figueroa – Responsable Técnico	
Gisela Mera – Responsable Técnico	

Nombre	...
Apellido	...
Edad	...
Sexo	...
Profesión	...
Domicilio	...
Fecha	...
Firma	...

RECIBIDO

Hora: 10:35 A.M.

Fecha: 18/05/2024

Firma: J. G. J.

IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO							MATRIZ DE GESTIÓN DE RIESGO																				
N°	Clase	Punto	Etapas	Tipo	Descripción del riesgo (¿cómo puede pasar lo, cómo puede ocurrir?)	Efectos observables	VALORACIÓN DEL RIESGO																				
							Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría	¿Aplica en la etapa?	Tratamiento/medidas a ser implementadas	Impacto después de tratamiento				¿Existe la ejecución del plan de prevención de riesgos en el momento?	¿Existe la ejecución de la prevención de riesgos en el momento?	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se completa el tratamiento	EVALUACIÓN DEL CONTROL						
													Probabilidad	Impacto	Valoración del riesgo	Categoría					Monitoreo y verificación	¿Cómo se realiza el?	Frecuencia del?				
1	General	Externo	Preparación	Operacionales	Aumento a en los costos de producción debido al alza de la tasa del dólar	Que no se se entregue la cantidad completa de los productos solicitados o que los mismos se retrasen o no se entreguen por falta de recursos financieros estipulados para este contrato	3	Possible (Puede ocurrir en algún momento futuro.)	4	Mayor	12	Riesgo Alto	1	Interno o Externo	Establecer en el contrato la prohibición de aumento en los costos de producción para evita afecta el monto destinado para este contrato.	1	Raro (Puede ocurrir excepcionalmente.)	2	Menor	2	Riesgo Bajo	Obstruye la ejecución del contrato sustancialmente pero aún así permite la consecución del objetivo contractual. Genera un impacto sobre el valor del contrato entre el 5% y el 15%.	CONAFE (Departamento Jurídico)	1-may-2026	31-Dic-2026	Informe de seguimiento	Mensual
2	Específico	Externo	Preparación	Operacionales	La baja calidad de los materiales impresos puede ser el resultado de procesos o procedimientos inadecuados por parte del proveedor, o la falta de equipos o personal técnico adecuado.	Incumplimiento de los objetivos institucionales	3	Possible (Puede ocurrir en algún momento futuro.)	4	Mayor	12	Riesgo Alto	3	Interno o Externo	El contrato debe detallar especificaciones técnicas como remolcado, gestión del color, tipografía, materiales y acabados. Debe incluir la obligación de pruebas de impresión y aprobación de muestras.	3	Possible (Puede ocurrir en algún momento futuro.)	3	Moderado	9	Riesgo Medio	Obstruye la ejecución del contrato sustancialmente pero aún así permite la consecución del objetivo contractual. Genera un impacto sobre el valor del contrato entre el 5% y el 15%.	CONAFE (DC)	1-may-2026	31-dic-2026	Informe de seguimiento	Mensual
3	Específico	Externo	Planificación	Operacionales	Problemas con la entrega o distribución. El plazo de entrega de las impresiones puede afectar con la cronología de las actividades de la institución.	Retraso en las actividades fundamentales pautadas por la institución.	2	Ocasional (Puede ocurrir ocasionalmente.)	2	Menor	4	Riesgo Bajo	3	Interno o Externo	Establecer en el contrato una cláusula, que limite el tiempo de entrega de los materiales gráficos requeridos con fecha límite de no más de 15 días. También la empresa puede fraccionar por adelantado parte de la entrega final solicitada.	3	Possible (Puede ocurrir en algún momento futuro.)	3	Moderado	9	Riesgo Medio	Dificulta la ejecución del contrato de manera baja. Aplicando acciones mínimas se puede lograr el objetivo contractual. Genera un impacto sobre el valor del contrato entre el 5% y el 15%.	CONAFE (Departamento Jurídico)	1-may-2026	31-dic-2026	Informe de seguimiento	Mensual

RECIBIDO

Hora: 10:25 A.M.

Fecha: 18/05/2026

Firma: E.B.J.