



**INSTITUTO NACIONAL DE AGUAS POTABLES Y ALCANTARILLADOS
(INAPA)**

**AL COMITÉ DE COMPRAS Y CONTRATACIONES DEL INSTITUTO NACIONAL DE AGUAS POTABLES Y
ALCANTARILLADOS (INAPA)**

Estimados señores:

Comité de Compras y Contrataciones
Instituto Nacional de Aguas Potables y Alcantarillados (INAPA)

ASUNTO: ESTUDIO PREVIO

Luego de un cordial saludo, ocupamos unos minutos de su tiempo con la finalidad de someter el presente estudio previo para **"CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA PUBLICITARIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS"**.

**Santo Domingo, D.N.
República Dominicana
junio 2025**



INSTITUTO NACIONAL DE AGUAS POTABLES Y ALCANTARILLADOS (INAPA)

ESTUDIO PREVIO QUE EVALÚA Y JUSTIFICA LA CONTRATACIÓN DE PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL PARA “CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE AGENCIA PUBLICITARIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS”.

I. Antecedentes institucionales.

El Instituto Nacional de Aguas Potables y Alcantarillados (INAPA), creada mediante la Ley 5994, en el año 1962, tiene como objetivo principal contribuir a la salud y calidad de vida de la población urbana, periurbana y rural del país bajo su jurisdicción, a través de la prestación de los servicios de agua potable de calidad y saneamiento, operación y mantenimiento de los acueductos y alcantarillados.

Desde su creación, el INAPA ha desempeñado un papel esencial en la mejora de las condiciones de salud, bienestar y desarrollo socioeconómico de la población, mediante la prestación de los servicios de agua potable y saneamiento.

En los últimos años, la institución ha impulsado una transformación institucional orientada a la eficiencia, la transparencia y la cercanía con la ciudadanía, priorizando la rehabilitación de infraestructuras críticas, la expansión de la cobertura del servicio y el fortalecimiento de la comunicación pública, a nivel nacional.

II. Antecedentes de la contratación.

Antes del año 2020, el Instituto Nacional de Aguas Potables y Alcantarillados (INAPA) no contaba con un posicionamiento institucional sólido a nivel nacional, a pesar de tener jurisdicción en 25 provincias del país. En ese momento, incluso se evaluaba la posibilidad de convertir la institución en un viceministerio, lo que implicaría una pérdida de autonomía y visibilidad.

A partir del año 2020, la nueva gestión institucional inició un proceso de fortalecimiento institucional mediante recorridos, supervisiones y evaluaciones técnicas, con el objetivo de conocer el estado de las instalaciones del INAPA y el nivel de reconocimiento ciudadano sobre sus servicios y proyectos.

III. La necesidad a atender.

Los resultados obtenidos del reconocimiento de los ciudadanos sobre los servicios y proyectos del INAPA reflejaron que el 40% de la población encuestada manifestó conocer los servicios que ofrece el INAPA, mientras el 30% identificó la institución únicamente como responsable del suministro de agua potable y el 30% indicó no conocer qué es el INAPA ni sus funciones.

Estos hallazgos evidenciaron una limitada visibilidad institucional y la necesidad de desarrollar estrategias de comunicación y posicionamiento que permitieran fortalecer la imagen del INAPA ante la ciudadanía.



INSTITUTO NACIONAL DE AGUAS POTABLES Y ALCANTARILLADOS (INAPA)

En respuesta a este diagnóstico, en diciembre de 2020 se lanzó la campaña **“Plan de Rescate de las Instalaciones del INAPA”**, difundida a través de diversos medios de comunicación, con el objetivo de dar a conocer los trabajos realizados para garantizar un servicio de agua potable en cantidad y calidad a las provincias bajo nuestra jurisdicción.

Durante los años 2021 y 2022 se continuó fortaleciendo la comunicación institucional mediante campañas informativas como **“1.5 millones de dominicanos más tienen acceso al servicio de agua potable”** y **“2 millones más tienen acceso al servicio de agua potable”**, entre otras iniciativas orientadas a destacar los logros alcanzados.

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

Las campañas desarrolladas han contribuido significativamente al posicionamiento de la institución en la opinión de la población y al reconocimiento de su rol en la mejora del acceso al agua potable y al saneamiento. No obstante, la evolución del contexto comunicacional y la necesidad de mantener una presencia constante y estratégica en los medios de comunicación hacen indispensable contar con el acompañamiento de una agencia especializada.

El INAPA requiere contratar una **agencia publicitaria** que actúe como **aliado estratégico**, capaz de diseñar e implementar planes de comunicación integrales, efectivos y adaptados a las necesidades institucionales. Esta contratación permitirá:

- Eficientizar los recursos destinados a la comunicación.
- Asegurar la colocación estratégica de campañas y mensajes.
- Fortalecer la imagen institucional ante la ciudadanía.
- Difundir de manera oportuna informaciones de interés público sobre los servicios y proyectos del INAPA.
- Promover la educación ciudadana en el manejo responsable del recurso hídrico.

Para tales fines se ha consignado en el Plan de Compras y Contrataciones (PACC) para este año 2025 un monto presupuestado de Veinticinco Millones de Pesos Dominicanos con 00/100 (RD\$25,000,000.00), para la celebración de un proceso de Licitación Pública Nacional.

V. Conclusión.

Los antecedentes expuestos sustentan la necesidad de esta contratación, orientada a mantener y fortalecer la visibilidad institucional del INAPA y garantizar una comunicación eficaz con la población, en coherencia con los objetivos estratégicos de la institución.



**INSTITUTO NACIONAL DE AGUAS POTABLES Y ALCANTARILLADOS
(INAPA)**

Angel de Jesús Peña Ventura

PERITO TÉCNICO

Ana Grissel Bautista

PERITO TÉCNICO



Tania Yocelin Hidalgo Encarnación

PERITO TÉCNICO

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 treinta (30) días del mes de junio del año dos mil veinticinco (2025).