



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Contratación de una empresa que realice la colocación de publicidad y monitoreo de medios digitales y redes sociales

Santo Domingo, Distrito Nacional República Dominicana **5 de julio de 2023**



1.ANTECEDENTES

Según la Constitución de la República la función del Poder Judicial consiste en administrar justicia de manera gratuita, decidiendo sobre los conflictos que se suscitan entre las personas, en todo tipo de procesos, juzgando y haciendo ejecutar lo juzgado. Este poder gozar de autonomía funcional, administrativa y presupuestaria y su ejercicio corresponde a los tribunales y juzgados determinados por la ley.

La administración del Poder Judicial corresponde a su Consejo, siendo este el órgano permanente de gobierno y disciplina. A fin de brindar un servicio óptimo a la ciudadanía, el Consejo del Poder Judicial está llamado a disponer las mejoras en los servicios mediante la implementación de nuevas herramientas tecnológicas y la disposición de nuevos y mejores centros de justicia. En este sentido tiene una estrategia, trazada en su Plan Estratégico denominado Visión Justicia 20-24, mediante la cual pretende avanzar en la meta planteada a través del uso de herramientas como almacenamiento en la nube (Cloud), deposito remoto de documentos, solicitud de servicios en línea y mejora y estandarización de procesos.

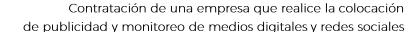
Para el 2020 el Poder Judicial previó en su Plan Operativo Anual (POA) la realización de numerosos proyectos que estaban encaminados a la digitalización y a ofrecer facilidades a sus usuarios. No obstante, dichos proyectos no pretendían en forma alguna implementar servicios que fueran 100% virtuales o a distancia, dado que las circunstancias no lo ameritaban.

No obstante, a raíz de la expansión del COVID-19 (Coronavirus Disease 2019), enfermedad que la Organización Mundial de la Salud ha declarado como pandemia, indicando la necesidad de adoptar medidas eficaces que eviten los contagios y salvaguarden la vida y la salud de las personas) fue declarado el Estado de emergencia en todo el territorio nacional, mediante el Decreto núm. 134-20 de fecha 20 de marzo de 2020, por lo que el Poder Judicial se vio obligado a tomar medidas que garantizarán los derechos fundamentales durante persistan estas circunstancias.

A partir de junio del 2020, se puso en funcionamiento la Plataforma Servicio Judicial, el cual proveyó atención al cliente mediante un servicio de ventanilla con dos modalidades: virtual y presencial. La atención virtual fue la regla y la vía por la cual se tramitaron la mayoría de las solicitudes y estuvo soportada en una plataforma tecnológica amigable para el usuario, intuitiva y de fácil acceso. La atención presencial de los usuarios quedó habilitada para aquellos usuarios que la necesiten, ya sea porque no tenían facilidades de acceso a plataformas virtuales, ya sea porque el tipo de procedimiento lo amerite u otras razones válidas y estuvo soportada en los centros de atención al cliente comunes para las sedes judiciales habilitadas a estos fines en el territorio nacional.

En septiembre del 2021, el Tribunal Constitucional dispuso mediante la sentencia núm TC/0286/21, el pasado 14 de septiembre, que los servicios virtuales debían ser regulados por ley, sin anular los procesos celebrados.

En cumplimiento del orden constitucional dominicano y dicha sentencia se presentó en octubre del 2021, ante la Cámara de Diputados el anteproyecto de Ley de Uso de Medios Digitales en el Poder Judicial de la República Dominicana. Dicho proyecto fue aprobado en la cámara baja en





segunda lectura en junio del 2022. En julio 2022, el Senado de la República aprobó en primera lectura el proyecto de ley que tiene como fin habilitar y regular el uso de los medios digitales para los procesos judiciales y administrativos que se tramitan en el Poder Judicial. Siendo promulgada la ley por el Poder Ejecutivo a finales del mismo mes.

En octubre de ese año, el Pleno de la Suprema Corte de Justicia aprobó el Reglamento de aplicación de la Ley núm. 339-22 que habilita el Uso de Medios Digitales, en el Poder Judicial, normativa que tiene por objeto la implementación y regulación de las herramientas tecnológicas en los procesos judiciales y administrativos de cara a las competencias de los tribunales. El Reglamento aprobado establece que la firma digital o electrónica cualificada será de aplicación para todos los tribunales del país dentro de las 48 horas siguientes a la publicación del mismo.

En cuanto a la plataforma digital y las audiencias virtuales entrarán en funcionamiento de manera gradual y paulatina de conformidad con lo que establece el artículo 20 de la Ley núm. 339-22, bajo la supervisión del Pleno de la Suprema Corte de Justicia, a través de la implementación de planes piloto por materia, jurisdicción e instancia.

Para garantizar la divulgación de la plataforma se hace necesario la implementación de una campaña de mercadeo y de comunicaciones, que apoye su conocimiento y entendimiento por parte de usuarios internos y externos, así como la debida retroalimentación sobre el uso de la misma, todo con miras a garantizar la buena operación de la plataforma antes, durante y después de su implementación



2. OBJETIVO GENERAL

El objetivo de esta convocatoria a licitación es contratar a una Agencia de Publicidad (LA AGENCIA) para la estrategia y planificación de medios, producción, negociación, colocación, monitoreo, y pago de la colocación de la publicidad en medios digitales del PODER JUDICIAL, medios de comunicación digitales e internet.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contar con un plan de medios estructurado que nos permita optimizar el alcance y la frecuencia ideal para llegar a nuestra audiencia clave con los recursos con que contamos.
- Contar con un sistema de monitoreo constante que nos permita revisar en cualquier momento la efectividad de las colocaciones de manera que nos permita tomar decisiones y realizar ajustes en caso de ser necesarios.
- Optimizar nuestros materiales y contenidos de manera que sean priorizados al momento de ser identificados por los diferentes motores de búsqueda.

3. ACCIONABLES/ SERVICIOS

- 1- Plan de colocación de medios por tipo de medio y plataforma:
 - a. Cronograma de promoción con frecuencias (semanal o diaria) y formatos
 - b. Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter)
 - c. Medios digitales locales
 - d. Google (Ads, Display, Youtube, Remarketing)
- 2- Reportes semanales del desempeño de las campañas y de los anuncios por medio utilizado. Este reporte debe incluir, sin ser limitativo lo siguiente:
 - a. Alcance
 - b. Frecuencia
 - c. Impresiones
 - d. Interacciones (Redes)
 - e. Clicks generados
 - f. Leads convertidos
 - g. Nivel de inversión vs métricas por canales
- 3- Evidencias de Colocación

4. DURACIÓN

La realización de proyectos tendrá una duración de seis meses, a partir de la firma de contrato entre las partes.

5.COORDINACIÓN DEL TRABAJO

Todos los reportes producto de las actividades de la contratación serán entregados en forma electrónica y enviados a los correos electrónicos que previamente serán enviado por la Dirección de



Comunicación al Usuario del Poder Judicial a la persona contratada para fines de monitoreo. Los informes de análisis se deben entregar semanal, quincenal o mensualmente según aplique, previo acuerdo entre la AGENCIA y la Dirección de Comunicación al Usuario del Poder Judicial.

6. LUGAR DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

La prestación de los servicios adjudicados se realizará tanto de forma remota a través de revisión y elaboración de documentos compartidos en línea, de conversaciones telefónicas, y reuniones de trabajo en videoconferencia, así como de forma presencial en las instalaciones de la Suprema Corte de Justicia, Av. Enrique Jiménez Moya, Esq. Juan de Dios Ventura Simó, Centro de los Héroes de Constanza, Maimón y Estero Hondo, Santo Domingo, D.N. República Dominicana.

7.REQUERIMIENTOS Y DETALLE DE ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Las agencias publicitarias para licitar deben presentar las siguientes informaciones en formato de presentación y enviarlas en documento separado a estos TDR.

7.1 Requisitos de Servicios, Organigrama y Perfil de la Plana Ejecutiva.

- 7.1.1 Mínimo 5 Años de experiencia en colocación de publicidad digital del Estado
- 7.1.2 Carta de al menos dos (2) clientes actuales del Estado Dominicano haciendo trabajos similares. Y Al menos tres (3) clientes privados haciendo trabajos similares
- 7.1.3 Presentar información estrictamente de los clientes de colocación de medios digitales
- 7.1.4 Descripción de la estructura organizacional de su compañía, de su casa matriz y de las subsidiarias de la misma compañía.
- 7.1.5 Presentar la estructura que dará servicio a la marca
- 7.1.6 Capacidad de respuestas fuera del horario laboral o fines de semana o días feriados

7.2 Tabla de Cumplimiento.

Las Propuestas deberán contener la documentación necesaria, suficiente y fehaciente para demostrar que los servicios cumplan con las Especificaciones Técnicas requeridas, que serán verificados bajo la modalidad "CUMPLE/ NO CUMPLE".

Aspectos a Evaluar	Descripción		
7.2.1 Planificación de Campañas	Cuentan con metodología y proceso para la planificación.		
	Utilizan Insumos en la planificación de sus campañas		
	Cuentan con softwares utilizados para planificación para medios digitales.		



	Cuentan con un formato de plan de medios				
	Cuentan con una herramienta de gestión de los leads generados				
7.2.2 Monitoreo de la Colocación	Cuentan con proceso de control y retroalimentación de la repauta de la colocación. Especificar la frecuencia.				
	Utilizan herramientas/softwares para el monitoreo de la colocación de medios digitales.				
	Pueden ofrecer disponibilidad de acceso online al Poder Judicial a reportes de monitoreo.				
	Cuentan con los reportes de gestión a continuación:				
	Reporte de resultados en medios digitales				
	alcance				
	frecuencia				
	 inversión 				
	• Leads				
7.0.0 Damantas da	análisis de resultados				
7.2.3 Reportes de	Reporte de comentarios en redes sociales				
Gestión	Análisis de sentimiento e interacciones				
	Disponibilidad de presentación periódica de cambios surgidos en los medios digitales en				
	general				
	 programación 				
	 nuevos medios 				
	• salidas				
	entradas de medios				
	entre otros.				
7.2.4. Reportes Inversión en Medios	Cuentan con una Herramienta/Software para reportes inversión en medios.				
	Flexibilidad en tiempo de entrega.				
	Reporte de inversión en medios por medio.				
	Reporte de evidencias de la colocación digital.				
7.2.5 Colocación	Herramienta de colocación de medios Herramienta de administración de desempeño de las piezas				

8. RESPONSABILIDADES DEL PROVEEDOR

Colocación y administración de medios

LA AGENCIA se encargará de la administración y gestión de la colocación y exhibición de las campañas publicitarias del PODER JUDICIAL de los suplidores contratados tanto por LA AGENCIA como directamente por el PODRER JUDICIAL, teniendo de manera enunciativa pero no limitativa las siguientes obligaciones:



- Recibir del PODER JUDICIAL y gestionar los artes de las campañas previamente aprobadas por el PODER JUDICIAL.
- Entregar material para ser colocado en los espacios digitales publicitarios.
- Seleccionar y reservar los medios/espacios en los cuales será exhibida la campaña.
- Gestionar y reservar los espacios rotativos de las campañas para garantizar la mejor exposición de las mismas.

9. PAGO

LA AGENCIA será responsable de pagar a los medios las colocaciones contratadas y desplegadas en todos los medios. LA AGENCIA remitirá al PODER JUDICIAL las facturas mensuales correspondientes de acuerdo al calendario con fecha de corte del departamento de Contabilidad del PODER JUDICIAL, a ser pagadas por el PODER JUDICIAL en un plazo de treinta (30) días luego de recibida la factura.

Los pagos realizados a los medios por parte de LA AGENCIA serán conciliados conforme a las facturas con comprobante fiscal emitidas por los medios a LA AGENCIA y que deberán ser presentadas por LA AGENCIA al PODER JUDICIAL. En caso de discrepancias, se harán los ajustes correspondientes en la factura a pagar en el periodo que corresponda mediante devolución de la diferencia a través de una Nota de Crédito. En caso de que el medio requiera que se le pague por adelantado, LA AGENCIA procederá con el mismo, de acuerdo con los términos del medio, independientemente del pago del PODER JUDICIAL.

LA AGENCIA acepta que el PODER JUDICIAL podrá auditar los pagos de LA AGENCIA a los medios en cualquier momento. LA AGENCIA será responsable del pago a los medios contratados y acuerda mantener indemne al PODER JUDICIAL en caso de cualquier reclamación de terceros por la falta de pago.

---- Fin del Documento----

Esta versión fue completada el 5 de julio de 2023 a las 1:30 p.m. y reemplaza cualquier otra versión anterior.

Patricia Cuevas	Celia Luna	Carla Gonzalvez	Javier Cabreja
Aguasvivas			
Coordinadora de	Asistente	Coordinadora de	Coordinador General de
marca	Administrativa	Comunicación Digital	Comunicaciones y Asuntos
			Públicos