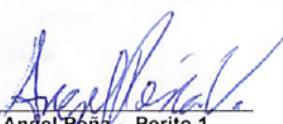
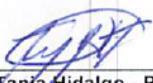


FICHA TECNICA PARA ADQUISICION DE BIENES O SERVICIOS			
	Proceso: Compra y Contrataciones	Código: FR-CYC-004 Página: 1 de 1 Fecha: 25-mar-2025	
	Versión: 03		
Informaciones Generales			
Dirección o División Solicitante:	Indique si es un Bien o Servicio:		
Departamento de Comunicaciones	Servicio		
Código del Catálogo de Bienes y Servicios (CBS)			
8210 - Publicidad			
DETALLE REQUERIMIENTO			
Nombre del Bien o Servicio:	Código Dynamics:		
Publicidad en medios comunicación masivos	SOS2025-000291		
Descripción del Bien o Servicio			
Contratación servicios de Agencia Publicitaria para la colocación y distribución de publicidad en medios comunicación masivos: televisión y radio, prensa y exteriores			
Especificaciones Técnicas			
<p>1. Cronograma de trabajo con base en los insumos y en la planificación entregada por el departamento de Comunicaciones de INAPA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monitoreo de la publicidad colocada en los medios digitales. • Entregar reportes de colocación de publicidad institucional en los distintos medios digitales, alternativos y de comunicación masiva a más tardar la primera semana de cada mes. • La producción de contenido es realizadas por el Departamento de Comunicaciones de la institución, adicional a otros insumos como notas de prensa, mensajes clave a medios, entre otros. <p>2. Reportes con la cantidad de pautas colocadas en el mes o por campaña y métricas de las plataformas digitales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Todas las piezas o material de publicidad que se difundirá en los medios deberán estar aprobada por el Departamento de Comunicaciones de INAPA <p>3. Presentar distintos esquemas de "media mix" para cada caso o campaña requerida, con el propósito de cumplir los objetivos trazados en cada campaña o cada proyecto.</p> <p>4. Presentación de un modelo de estrategias de medios de comunicación tradicional y alternativo.</p> <p>5. Colocación en medios de: televisión, radio, prensa y exteriores.</p> <p>6. Ampliar el alcance en medios de comunicación, reforzando los contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Programa de concientización del uso del agua - Proyectos de agua potable y saneamiento en diferentes provincias del país. - Campañas con contenido institucional (servicios de INAPA, cápsulas educativas, proyectos en ejecución) <p>7. Colocación y monitoreo de piezas de la campaña publicitaria según objetivo, target y zona.</p> <p>8. Colocación en medios digitales: Facebook, Instagram, YouTube, Ads, programa TICS y principales portales informativos.</p> <p>9. Campaña en plataformas digitales, así como otros medios alternativos propuestos (podcast, live de contenidos).</p> <p>10. Se requiere acreditación de plataformas digitales Google Partner.</p> <p>11. Reportes de Social Listening (SL) para monitoreo de las piezas, menciones y sentimiento en público objetivo.</p> <p>12. En cada campaña o plan de colocación de medios, deben definirse los KPIs que aseguren el cumplimiento de los objetivos, así como el presupuesto designado a cada caso.</p> <p>13. Análisis de los puntos de eficiencia en los medios de comunicación para cada pieza que se coloque.</p> <p>14. Participar en reuniones con el personal designado de la institución para propuestas y definición del material para las colocaciones.</p> <p>15. Asegurar la entrega oportuna de los materiales necesarios a cada medio para la colocación de la publicidad.</p> <p>16. Garantía de personal para atención de respuesta en casos de inmediatez o emergencias no contempladas en el plan de trabajo.</p> <p>17. Audiencia objetivo: se definirá por proyecto (Agua Potable o Saneamiento) y zona a impactar con las diferentes campañas.</p> <p>18. Recibir propuestas de publicidad de cada medio, filtrar con un análisis la recomendación de inversión dependiendo del posible alcance, importancia y costos.</p> <p>19. Participar en las reuniones de definición de materiales publicitarios con el objetivo de proponer formatos innovadores y eficientes para entregar el mensaje.</p> <p>20. Monitorear la colocación de las piezas en cada uno de los medios aprobados, asegurando así el cumplimiento de los KPIs establecidos en cada campaña.</p> <p>21. Análisis de los puntos de eficiencia en los medios de comunicación para cada pieza que se coloque.</p>			
OTROS CRITERIOS			
Criterio de Compra o Sustitución			

- ** El servicio se ejecutará dentro de un plazo de 6 a 8 meses.
- ** Las fechas u horarios serán definidos por la institución.
- ** La persona física y jurídica deberá presentar, al menos, tres (3) órdenes de servicios, contratos y/o certificaciones que acrediten su experiencia como proveedor mínimo con diez (10) años de práctica en la colocación de publicidad en medios de comunicación masivos, igual o superior a RD\$20,000,000.00.
- ** Experiencia específica: presentar al menos tres (3) certificaciones o recomendaciones de instituciones gubernamentales y/o privadas en proyectos similares de los últimos dos (2) años, anexando sus respectivos contratos y planes de trabajo.
- ** Presentar portafolio de los clientes de los últimos tres (3) años.
- ** El personal propuesto para la prestación del servicio debe tener por lo menos tres (3) años de experiencia en la realización de labores similares.
- ** Especificar muestras de casos similares trabajados y reporte de resultados del mismo.
- ** Presentar al menos tres (3) cartas de referencias de medios.
- ** 1 Certificación de uso y contrataciones de mínimo tres (3) herramientas de monitoreo por la empresa representante, además de una (1) carta compromiso que asegure el servicio de monitoreo de la colocación durante la vigencia del contrato con la institución.

Criterio de Almacenamiento	
	N/A
Observaciones	
 Angel Pena - Perito 1 223-0157448-3	N/A
 Ana Grissel Bautista - Perito 3 010-0091349-9	 Tapia Hidalgo - Perito 2 002-0093207-7

