



Dirección General de Comunicación
DICOM
AÑO DE LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD

DOCUMENTO DE REFERENCIA
DICOM-DR-019

Contratación de Publicidad, Pauta Ideal y Coordinación de Media Tour

Para la pauta que nos garantice la mejor y más completa cobertura, visibilidad y difusión de las múltiples políticas públicas concebidas por el gobierno y de este modo proveer información, empoderamiento y orientación a los ciudadanos y ciudadanas mediante distintos tipos de medios, enfocando el mayor número de contrataciones en los microempresarios de la comunicación sin tomar en cuenta la procedencia ni magnitud del medio, hemos considerado los siguientes puntos para la selección de los medios a contratar:

- En adición a las propuestas de publicidad que recibimos sugeridas por parte de distintos sectores, también recibimos indiscriminadamente desde todas las regiones que conforman el territorio nacional, así como de medios dirigidos por dominicanos radicados fuera del país.
- Todas las propuestas registradas en nuestra base de datos del sistema de publicidad para crear los perfiles de cada proveedor.
- A partir de la cantidad de propuestas que recibimos, el presupuesto disponible y un acercamiento a las autoridades locales (en el caso de las provincias), se identifican los medios dirigidos por microempresarios de la comunicación que cuentan con más credibilidad en su región. Luego de esta consulta se determina la cantidad y tipo de medios que necesitamos para resaltar las diferentes campañas estratégicamente, de acuerdo a la longitud y trascendencia de la provincia.
- Para comprobar oportunamente la existencia de los espacios ofertados en las propuestas de radio y televisión, se debe solicitar a cada proveedor la certificación firmada y sellada por el responsable del medio. Para el caso de los medios digitales se ingresa al sitio web para constatar su funcionalidad y autenticidad
- Tomar como valor agregado que los distintos medios dispongan adicionalmente de plataformas digitales en las redes sociales lo cual favorece para tener mayor presencia en distintos ámbitos dentro y fuera del territorio nacional.
- Lograr de la dirección general la aprobación de la propuesta de pauta con la antelación suficiente que permita a los proveedores remitir la documentación necesaria para la elaboración de la orden de publicidad y de este modo cumplir con los procesos internos de la Dirección de Relaciones Comunicacionales:
 - Solicitud de documentación a medios seleccionados en pauta (llamada-email)
 - Actualizar perfil en el sistema de publicidad
 - Elaboración de orden de publicidad





Dirección General de Comunicación

DICOM

AÑO DE LA INNOVACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD

- Aprobación de orden
- Notificación de orden de publicidad
- Recepción de orden de publicidad
- Soporte para admisión de orden de ser requerido o necesario (20 proveedores aproximadamente)

Los Media Tour son visitas a programas de televisión y/o radio con el objetivo de tratar o difundir un tema en especial. Estos son coordinados desde la Dirección de Relaciones Comunicacionales a requerimiento de la Dirección General.

Esta herramienta aporta valor a la gestión del gobierno, pues a través de entrevistas programadas, reafirma la información difundida en los medios de prensa escrita, radial, televisiva y digital.

Para su correcta coordinación es necesario:

- Selección de voceros de acuerdo a tema
- Establecer contacto con coordinadores de medios para reservar espacios
- Confirmación de la disponibilidad y asistencia de voceros

