

TERMINOS DE REFERENCIA

I. Datos generales.

1. Actividades: Spot publicitario en radio.
2. Periodo: de seis meses
3. Responsable: Subgerencia de comunicaciones.

II. Justificación.

La subgerencia de comunicaciones, es una dependencia de la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones del Gobierno Regional de La Libertad que, en uno de sus objetivos es la promoción de las telecomunicaciones, con tal fin buscamos sensibilizar a la población en temas vinculados a las antenas y la salud.

La segmentación del público objetivo, se ha realizado considerando diferentes estratos sociales y culturales, con el propósito de seleccionar mensajes inclusivos que permita sensibilizar a la mayor cantidad de ciudadanos.

III. Público objetivo.

El público objetivo para esta campaña lo constituyen:

Jefes de hogar, profesionales, estudiantes de diferentes niveles de educación, amas de casa, obreros, campesinos, creyentes, no creyentes y sociedad en su conjunto, de toda la región de la libertad.

IV. Selección de medios de comunicación.

Se seleccionará los medios de comunicación teniendo en consideración el público objetivo y características de cobertura geográfica, lectora, reputación, audiencia programada, respaldo legal, edad sexo.

Radio emisoras seleccionadas se sustenta en:

- **Cobertura geográfica:** Ámbito de las doce Provincias de La Libertad.
- **Audiencia Programada:** Los medios de comunicación que se han seleccionado cuentan con una buena sintonía por parte de la población.
- **Por el género comunicativo de los medios de comunicación seleccionados:** Son programas periodísticos informativos, por ser los que da una mayor credibilidad y solidez en el impacto positivo en las audiencias seleccionadas.
- **El respaldo legal:** Está garantizado y comprobado el respaldo de las emisoras seleccionadas, todas las emisoras deben de contar con la documentación legal pertinente y actualizada.

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de la independencia”

- **La reputación:** El buen prestigio de los medios de comunicación seleccionados dan solidez y ayudan al impacto positivo en la población oyente.
- **Los contenidos y la entidad regional:** De los medios de comunicación seleccionados los diferencian de las cadenas nacionales con un sesgo significativo de información distante de la Región La Libertad que es nuestro ámbito y que cuenta con una identidad cultural e histórica definida y diferenciada de otras regiones.
- Los medios elegidos deben basarse en estudios de sintonía realizados en la región.

V. Finalidad.

Se buscará mediante la presente campaña publicitaria: Dar a conocer el servicio que difunde y promueve la subgerencia de comunicaciones en el marco de una campaña nacional del vice ministro de comunicaciones.

VI. Duración de la campaña.

06 meses, las emisiones serán diarias en diversos horarios (mañana, tarde y noche)

Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que pretendan llevar acabo.

Se trata de una campaña publicitaria la cual se basa en un plan de comunicación para la difusión de anuncios radiales en los diferentes medios de la región de La Libertad.

Los cuales están relacionados, y aparecen en diversos medios radiales durante un periodo específico, la campaña está diseñada en forma estratégica para lograr un grupo de objetivos y resolver algún problema crucial, cual es la poca información sobre las antenas de telecomunicaciones que existe en nuestra región, pues la gran mayoría de la población tiene el concepto errado que sus radiaciones emitidas por las antenas producen enfermedades.

Se trata de un plan a corto plazo logrando posicionar en la opinión pública que las antenas no producen enfermedades.

Posicionar en la opinión pública que las antenas de telecomunicaciones son importantes para tener una buena comunicación, siendo crucial su aporte para el desarrollo económico de la región de La Libertad. Sensibilizar a la población en la importancia de las telecomunicaciones.

Descripción básica de las características del servicio.

Servicio de Spot Publicitario es de hasta 80 programas radiales (AM y/o FM) en toda la Región de La Libertad.

- Spot Publicitario con un mínimo de 30 segundos y un máximo de 50 segundos.
- Los programas contratados deben ser emitidos en las diferentes provincias de la Región de La Libertad.

“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de la independencia”

- La transmisión de los spots publicitarios debe ser en los turnos de mañana, tarde y noche, dependiendo del programa seleccionado.

Forma de Pago:

El pago se efectuará a través del abono directo en las respectivas cuentas bancarias abiertas en cualquiera de las entidades del sistema financiero nacional que disponga el contratista, para cuyo efecto el contratista comunicará a la entidad su código de cuenta interbancaria (CCI) mediante una carta- amortización

Cabe señalar que, para dicho pago, el contratista deberá remitir su valorización con la factura correspondiente al mes que brindo dicho servicio, adjuntando el respectivo sustento del servicio, el mismo que será verificado por el área usuaria, quien dará la conformidad correspondiente. El contratista, como sustento del servicio, deberá presentar al menos una grabación por semana de los programas emitidos, en donde evidenciara los spots publicados, además el contratista debe alcanzar un informe en donde especifique un estimado de la población sensibilizada durante el mes, esta información será requisito para que el área usuaria brinde la respectiva conformidad.