



Términos de referencia

## **Agencia publicitaria para difusión de campaña nacional de información**

### **International Executive Service Corps (IESC)**

IESC es una organización sin fines de lucro con sede en los EE. UU. y es el principal implementador del proyecto TraSa (Trade Safe) financiado por el USDA en la República Dominicana (RD). TraSa tiene como objetivo fortalecer la capacidad de las instituciones del gobierno dominicano para desarrollar un marco normativo y de políticas sanitarias y fitosanitarias (MSF) y seguridad alimentaria modernizado para responder a las necesidades de los acuerdos comerciales y las mejores prácticas internacionales, así como a los consumidores dominicanos.

### **Antecedentes:**

Dentro del plan de trabajo del departamento de Comunicaciones para el año 4 del Proyecto TraSa está contemplado lanzar la campaña de inocuidad de los alimentos, contemplando los resultados del estudio de percepción de inocuidad los alimentos llevado a cabo por la Universidad de Purdue a nivel nacional, de manera que el proyecto pueda orientar a los consumidores sobre cómo pueden cuidar la salud de sus familias, adoptando las 4 claves de inocuidad (limpiar, separar, cocinar y refrigerar), pero a su vez, alertando sobre las consecuencias de no mantener la inocuidad.

### **Justificación:**

La campaña de información tiene contemplado la difusión a nivel nacional de los spots promocionales tanto radiales como televisivos y artes para compartir en la prensa y medios digitales.

Para cumplir con estas iniciativas, es necesaria la contratación de una agencia publicitaria experta en difusión de medios tradicionales como prensa, radio y TV de manera que puedan maximizar el presupuesto contemplado para transmitir los diferentes mensajes en la mayor cantidad de espacios y redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y TikTok.

### **Objetivo de la consultoría**

Aumentar la conciencia y el conocimiento del público sobre las prácticas de inocuidad alimentaria, en miras de reducir la incidencia de enfermedades transmitidas por los alimentos entre los consumidores y sus familias. La campaña tiene como objetivo involucrar y educar al público sobre las técnicas adecuadas de manejo, preparación y almacenamiento de alimentos a través de una estrategia de comunicación integrada

---



que aproveche los medios digitales, la divulgación comunitaria y las asociaciones con las partes interesadas relevantes.

Colocar los diferentes spots de radio, TV y prensa en los diferentes medios de comunicación, además de gestionar un media tours, publicidad online e influencers de la campaña de información.

### **Tareas específicas:**

A continuación, se presenta la lista de las tareas que el consultor deberá llevar a cabo:

- A. Diseñar y desarrollar una estrategia que logre cumplir con el objetivo de la campaña
- B. Establecer sistemas de monitoreo para medir el engagement de la campaña en las diferentes plataformas a utilizar + una encuesta de percepción a consumidores pre y post de la campaña.
- C. Analizar y evaluar el impacto de la campaña.
- D. Elaborar nuevos spots para radio y TV que expliquen las consecuencias de no mantener la inocuidad de los alimentos.
- E. Elaborar un plan de medios para la distribución de comerciales de radio, TV, prensa y publicidad online.
- F. Desarrollo y colocación de artes promocionales para medios de comunicación tradicionales y digitales, además de por lo menos 2 publicaciones semanales en las redes sociales.
- G. Gestión de Colocación de Medios en los principales medios de comunicación del país.
- H. Gestión de talento con influencers seleccionados por relevancia y afinidad para la campaña, además de solicitar sus métricas.

### **Entregables:**

A. Plan de trabajo + plan de medios mensual detallado y segmentado con su presupuesto y justificación.

B. 1 nuevo spot de vídeo + 1 nuevo spot de radio de 30 segundos + 1ra encuesta pre-campaña.

C. Reporte mensual con estadísticas del Alcance de Publicidad Online + estadísticas de influencers + plan de medios del próximo mes. El reporte debe incluir métricas

---



del engagement y el alcance de la campaña que puedan proveer tanto a IESC como al consultor tasa de participación, niveles de interacción y retroalimentación de la audiencia, para posteriormente ser ajustado y optimizado en los mensajes y contenido del próximo mes.

D. Reporte final que incluya todas las métricas de alcance y/o ratings de la campaña en medios de comunicación, además mejores prácticas y lecciones aprendidas para tomar en cuenta en futuras campañas + reporte final de la encuesta de percepción a consumidores.

**Duración:**

Esta campaña tendría una duración de 3 meses, desde agosto del 2024 hasta octubre del 2024.

**Forma de pago:**

Los honorarios del consultor serán pagados contra la presentación y aprobación de los entregables.

**Calificaciones:**

- Agencia o firma del área de Publicidad y/o Comunicación.
- Experiencia profesional comprobada trabajando campañas de información nacionales y/o campañas que hayan logrado aumentar la conciencia de los consumidores.
- Experiencia en pautas, monitoreo, evaluación y difusión de spots promocionales.
- Excelentes habilidades interpersonales, de comunicación y transmisión de conocimientos.

**Proceso de aplicación:**

Interesados, por favor remitir al correo electrónico [recursoshumanos@iesc.org](mailto:recursoshumanos@iesc.org) con el asunto "Agencia Publicitaria para difusión de campaña".

1. Carta de intención.
  2. Portafolio profesional que refleje de manera clara las calificaciones y experiencia relacionadas con esta consultoría.
  3. Propuesta de plan de medios de 3 meses + plan de trabajo que incluya todo lo solicitado basado en presupuesto estimado de RD\$2,500,000.
-



4. El número total de días de trabajo que se requieran para realizar esta consultoría. Presentar también este número total de días desglosado por entregable.

Las aplicaciones incompletas no serán consideradas. Las aplicaciones serán recibidas hasta el **5 de agosto del 2024** a las 5:00 pm, hora de la República Dominicana.

