

PLAN DE MEDIOS

1. CONTEXTUALIZACIÓN

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Riobamba es la capital de la provincia de Chimborazo, se encuentra ubicada en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.750 msnm en el centro de la hoya de Chambo, rodeada de varios volcanes como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

La ciudad fue fundada el 15 de agosto de 1534 cerca de la laguna de Colta, siendo la primera fundación española en el territorio ecuatoriano. Tras un devastador terremoto en el año de 1797 queda completamente destruida y se traslada hasta el lugar que ocupa hoy en día, convirtiéndose en la primera y única ciudad planificada del Ecuador.

En el área urbana la ciudad tiene aproximadamente 250.000 habitantes, la superficie delimitada por el perímetro urbano de la ciudad es de aproximadamente 45 km².

ANÁLISIS DEL CBGADM DE RIOBAMBA

El Cuerpo de Bomberos del Cantón Riobamba, provincia de Chimborazo, es una entidad de derecho público adscrita a la Gobierno Autónomo Descentralizado del Catón Riobamba.

Como institución de primera respuesta, fundamenta su propósito en la provisión oportuna y eficiente de servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios, además de asistencia en desastres y emergencias utilizando protocolos de operación normalizados, con equipamiento adecuado para tranquilidad y satisfacción de la comunidad, tanto en las áreas operativas como administrativas, dentro de los parámetros de calidad y calidez.

2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

- Mejorar el proceso de comunicación con los habitantes del cantón Riobamba.
- Fomentar la interacción con la comunidad dentro del cantón Riobamba.
- Difundir las campañas de prevención implementadas por el Cuerpo de Bomberos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba.

3. DEFINICIÓN DE LOS PÚBLICOS OBJETIVOS

El público al cual se pretende llegar a través de este proyecto es básicamente a la población del cantón Riobamba (extracto social alto, medio y bajo), mediante la difusión de las campañas de prevención implementadas por el CBGADMR, en los medios de comunicación radiales, televisivos y escritos, así como en medios de comunicación alternativos como tótems, dípticos informativos (diseño e impresión) y la creación de un personaje bomberil que sea el embajador de las campañas implementadas, para así informar a la sociedad civil (opinión pública,

beneficiarios, sector urbano y comunidades rurales en general), con el fin de generar una cultura de prevención en torno a las familias riobambeñas.

4. EL MENSAJE

De acuerdo a la planificación para el último cutrimestre del año 2016, misma que gira en torno a las campañas de prevención: Hogar Seguro, Incendios Forestales y Juegos Pirotécnicos. El mensaje que se pretende emitir es el CBGADMR como institución de atención oportuna y eficiente de servicios de prevención, protección, socorro y extinción de incendios, además de asistencia en desastres y emergencias utilizando protocolos de operación normalizados, con equipamiento adecuado para tranquilidad y satisfacción de la comunidad. Así como familiarizar al Cuerpo de Bomberos con la comunidad riobambeña como una institución renovada que se encuentra al servicio de la ciudad.

5. ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MEDIOS

(Anexo 1)

6. SELECCIÓN DE SOPORTES

Los soportes que utilizaremos para comunicar nuestras campañas son los siguientes productos comunicacionales: 6 cuñas radiales, un spot de tv, artes para periódicos y tótems, creación, diseño e impresión de dípticos y stickers referente a las campañas, según el siguiente detalle:

- **Producción de cuñas radiales**

En el caso de la producción de seis (6) cuñas radiales, la duración será de 30 segundos como mínimo, y 40 segundos como máximo; en las cuales se utilizará los planos, personajes, musicalización y efectos sonoros que la institución requiera, las cuales estarán grabadas en Mp3-320 Kbps.

Las temáticas que se abordarán dentro de la producción de las seis (6) cuñas radiales son:

- Uso y manejo de G.L.P,
- Precauciones con instalaciones eléctricas,
- Qué hacer durante un incendio,
- Prevención de incendios forestales,
- Prevención de accidentes por manipulación de fuegos pirotécnicos,
- Campaña Hogar Seguro.

Previo a la grabación de las cuñas se deberá entregar en guion para la aprobación del mismo.

- **Contratación de medios de comunicación radiales**

Para la promoción y difusión de la campaña se debe contratar un mínimo de ocho (8) medios de comunicación radiales de cobertura local, provincial y regional, quienes deberán prestar sus servicios comunicacionales, para pautar la reproducción de 5 a 10 cuñas diarias de lunes a viernes en programación regular, con una duración de 30 segundos a 40 segundos, las cuales

estarán distribuidas en periodos de 30 días (120 días para las emisoras de carácter noticioso; y 90 días para emisoras de carácter deportivo).

- **Contratación de medios comunicación escritos**

Los medios de comunicación escritos (local y regional), serán los responsables de publicar comunicados de prensa, en páginas indeterminadas y determinadas a full color o blanco y negro, en las dimensiones de 1/8 a página entera, para así dar a conocer a la ciudadanía las diferentes actividades o acontecimientos relacionados con las campañas de prevención. Los comunicados de prensa serán generados desde la Unidad de Vinculación y Comunicación del CBGADMR.

- **Contratación de un medio de comunicación televisivo**

El cual deberá prestar sus servicios comunicacionales para transmitir de lunes a domingo spots televisivos. Este medio de comunicación transmitirá spots televisivos de 40 segundos a un minuto, de lunes a domingo en programación regular. El spot televisivo será generado desde la Unidad de Vinculación y Comunicación del CBGADMR.

- **Contratación de tótems informativos**

Ubicación de (4) cuatro tótems informativos en la ciudad. Los diseños serán generados desde la Unidad de Vinculación y Comunicación del CBGADMR.

- **Contratación de diseño e impresión del material informativo**

Para llegar de una forma directa a la ciudadanía, generar espacios de vinculación con la comunidad y brindar una imagen renovada del CBGADMR es necesaria la creación de personajes que sean los voceros de las distintas campañas emprendidas por la institución, el cual debe cumplir con las siguientes características:

- Personaje (heroico, bombero, hombre) con 3 vistas (frontal, lateral, pose) la vestimenta será el traje de combate de incendios estructurales.

Diseño de un díptico informativo, full color, tamaño 42x21 cm (abierto), técnica ilustración digital (digitalizado y coloreado), ilustración de viñetas internas y de portada con la temática "Hogar Seguro", el cual contenga consejos prácticos de prevención y gire en torno al personaje.

Diseño de un stickers full color tamaño 11x12 cm, técnica ilustración digital (digitalizado y coloreado), temática "Hogar Seguro".

Diseño de un Flyer full color tamaño 10.5 x 14.8 cm, técnica ilustración digital (digitalizado y coloreado), temática pago tasa de bomberos.

Impresión de 10000 dípticos full color tamaño 42x21 cm, en couche de 150g, troquelado y grafado (doblado).

Impresión de 10000 stickers full color tamaño 11x12 cm, en papel adhesivo de polipropileno (plástico) y troquelado.

Impresión de 10000 Flyers full color tamaño 10.5 x 14.8 cm, técnica ilustración digital (digitalizado y coloreado), temática pago tasa de bomberos.

7. PROGRAMACIÓN O DISTRIBUCIÓN DEL PRESUPUESTO

(Anexo 1)

8. SISTEMAS DE CONTROL

Monitoreo de medios de comunicación y presentación del material difundido (3 copias en CD).

9. EVALUACIÓN

El primer mes de las campañas implementadas se considerará un plan piloto, una vez transcurrido este periodo de tiempo, se realizará una encuesta flash, para conocer la opinión pública y tomar las correcciones de ser necesarias.

ANEXO 1: PLAN DE MEDIOS-RADIO

Se rotarán mensajes y cuñas de diferentes campañas en el período de 120 días, privilegiando los noticieros y parte de la programación general.

EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	PROGRAMA	DIAS	HORARIO	DERECHOS	VALOR MES	PERIODO	TARIFA
LATINA	102.1	LOCAL	NOTICIAS Y GENERAL SR. RICARDO GUAMÁN	L-V	07H00 A 19H00	9 CUÑAS DIARIAS - LUNES A VIERNES - 3 CUÑAS SÁBADO Y DOMINGO	\$ 350	120 DÍAS	\$ 1.400
TRICOLOR	97.7	REGIONAL	NOTICIAS Y GENERAL SR. HERNÁN ALBÁN	L-V	07H00 A 19H00	8 CUÑAS DIARIAS - LUNES A VIERNES - 4 CUÑAS SABADO Y DOMINGO	\$ 400	120 DÍAS	\$ 1.600
ERPE	91.7	PROVINCIAL	NOTICIAS Y GENERAL SRA. BÉLGICA CHELA	L-D	07H00 A 19H00	5 CUÑAS DIARIAS - LUNES A DOMINGO	\$ 300	120 DÍAS	\$ 1.200
STEREO BUENAS NUEVAS	95.3	PROVINCIAL	NOTICIAS Y GENERAL LIC. EUGENIO YUQUILEMA	L-D	07H00 A 19H00	10 CUÑAS DIARIAS - LUNES A DOMINGO	\$ 350	120 DÍAS	\$ 1.400
RIOBAMBA STEREO	89.3	REGIONAL	NOTICIAS Y GENERAL DR. MARIO BRITO	L-V	07H00 A 19H00	8 CUÑAS DIARIAS - LUNES A VIERNES - 5 CUÑAS SABADO Y DOMINGO	\$ 300	120 DÍAS	\$ 1.200
								SUBTOTAL	\$ 6.800

PLAN DE MEDIOS-PROGRAMACIÓN DEPORTIVA

Se rotarán mensajes y cuñas de diferentes campañas en el periodo de 90 días en segmentos deportivos y transmisiones deportivas

EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	PROGRAMA	DÍAS	HORARIO	DERECHOS	VALOR MES	PERIODO	TARIFA
MUNDIAL PREMIUN	96.1 F.M 910 AM	REGIONAL	SEGMENTOS DEPORTIVOS Y TRANSMISIONES DEL FUTBOL SR. FABIÁN ALMEIDA/COORDINADOR DEPORTES	L-V	07H00 A 21H00	4 CUÑAS DIARIAS LUNES A VIERNES + TRANSMISIONES DEPORTIVAS	\$ 200	90 DÍAS	\$ 600
TRICOLOR	97,7 FM	REGIONAL	SEGMENTOS DEPORTIVOS Y TRANSMISIONES DEL FUTBOL	L-V	07H00 A 21H00	6 CUÑAS DIARIAS LUNES A VIERNES + TRANSMISIONES DEPORTIVAS	\$ 200	90 DÍAS	\$ 600
LA VOZ DE RIOBAMBA	92.9 FM	REGIONAL	SEGMENTOS DEPORTIVOS Y TRANSMISIONES DEL FUTBOL	L-V	07H00 A 21H00	4 CUÑAS DIARIAS LUNES A VIERNES + TRANSMISIONES DEPORTIVAS	\$150	90 DÍAS	\$ 450
								SUBTOTAL	\$ 1.650

PLAN DE MEDIOS-TELEVISIÓN

Se rotarán spots de diferentes campañas en el periodo de 30 días en los Noticieros y programación regular

MEDIO	FRECUENCIA	COBERTURA	PROGRAMA	DIAS	DERECHOS	VALOR MES	PERIODO	TARIFA
ECUAVISION	CANAL 29 UHF	LOCAL	NOTICIEROS Y PROGRAMACIÓN REGULAR	L-D	10 PAUTAS DIARIAS LUNES A DOMINGO	\$ 1.200	30 DÍAS	\$ 1.200
							SUBTOTAL	\$ 1.200

PLAN DE MEDIOS - IMPRESOS

IMPRESO	FECHA PUBLICACIÓN	COLOR	MEDIDAS COL X CM	MEDIDAS CM X CM	PÁG./SECC.	TARIFA	COSTO UNITARIO	NO. DE AVISOS	INVER. NETA
LOS ANDES	DOMINGO 11-12-16 FUEGOS PIROTECNICOS	F/C	1/2 PAG	29.4cm x 23cm	DETERMNADA	350	350	1	350
LOS ANDES	14 DE OCTUBRE- HOGAR SEGURO/ 14 NOVIEMBRE- CONSEJOS/ 23 DE DICIEMBRE- FUEGOS PIROTECNICOS	B/N	¼ DE PAG	14.7cm x 23 cm	DETERMNADA	80	80	3	240
LA PRENSA	DOMINGO 18-12-16 FUEGOS PIROTECNICOS	F/C	1/2 DE PAG	27.20cm x2 5,80cm	DETERMNADA	590	590	1	590
LA PRENSA	12 DE OCTUBRE HOGRA SEGURO/ 24 NOVIEMBRE CONSEJOS/ 23 DE DICIEMBRE FUEGOS PIROTECNICOS	B/N	¼ DE PAG	13,40cm x 25,80 cm	DETERMNADA	110	110	3	330
SUBTOTAL									\$ 1.510

LAS FECHAS DE LAS PUBLICACIONES SON TENTATIVAS, ESTÁ SUJETAS A MODIFICACIONES SEGÚN LA NECESIDAD

PLAN DE MEDIOS – ALTERNATIVOS Y SOPORTES COMUNICACIONALES

SOPORTE	CARACTERISTICAS	MEDIDAS CM X CM	TARIFA/VALOR UNITARIO	NO. DE SOPORTES	INVER. NETA
TÓTEMS	FULL COLOR	2 m x 1,50 m	55	16	\$ 880
				SUBTOTAL	\$ 880
CREACIÓN DE UN PERSONAJE	HEROICO CON 3 VISTAS FRONTAL, LATERAL, POSE	NO APLICA	\$ 300	1	\$ 300
DISEÑO E IMPRESIÓN 10000 DÍPTICOS HOGAR SEGURO	TÉCNICA ILUSTRACIÓN DIGITAL (DIGITALIZADO Y COLOREADO), ILUSTRACIÓN DE VIÑETAS INTERNAS Y DE PORTADA	42x21 cm (ABIERTO)	\$ 0,176	10000	\$ 1760
DISEÑO DE UN STICKERS TÉCNICA ILUSTRACIÓN DIGITAL (DIGITALIZADO Y COLOREADO)	TÉCNICA ILUSTRACIÓN DIGITAL (DIGITALIZADO Y COLOREADO)	11x12 cm	\$ 0,0935	10000	\$ 935
DISEÑO E IMPRESIÓN 10000 FLYERS, TASA DE BOMBEROS	TÉCNICA ILUSTRACIÓN DIGITAL (DIGITALIZADO Y COLOREADO)	10.5 x 14.8 cm	0,03	10000	\$ 300
				SUBTOTAL	\$ 3.295

PLAN DE MEDIOS – CUÑAS RADIALES

PRODUCTO COMUNICACIONAL	ANUNCIOS	DESCRIPCIÓN	TARIFA UNIT.
CUÑAS RADIALES	6	CREACIÓN DEL MENSAJE, VOCES EN ACTING, VOZ INSTITUCIONAL, FORMATOS mp3, de 320 Kbps y/o wav.	\$ 110
		SUBTOTAL	\$ 660

RESUMEN DE INVERSIÓN	
PLAN DE MEDIOS-RADIO	\$ 6.800
PLAN DE MEDIOS - PROGRAMACIÓN DEPORTIVA	\$ 1.650
PLAN DE MEDIOS - TELEVISIÓN	\$ 1.200
PLAN DE MEDIOS - IMPRESOS	\$ 1.510
PLAN DE MEDIOS - ALTERNATIVOS Y SOPORTES COMUNICACIONALES	\$ 4.275
PLAN DE MEDIOS - CUÑAS RADIALES	\$ 660
TOTAL	\$ 16.095

Atentamente;

Paco Rodríguez
COMUNICADOR CBGADMR