



INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR COMUNITARIO

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Para : Comité de Compras y Contrataciones

De : Ovelis Moreno Guzmán
Directora de Comunicaciones

Asunto : Informe Pericial Justificando el uso de la Excepción de Publicidad a través de los Medios de Comunicación

Considerando lo que ampara el numeral 8 del párrafo del artículo 8 de la Ley 340-06 y sus modificaciones y el artículo 60 del Reglamento de aplicación núm. 416-23, el cual establece cuales procesos conforme a la misma entran en la categoría de Proceso de Excepción, para la contratación de publicidad a través de medios de comunicación para la publicidad institucional, según lo establecido en el numeral 8 del referido Reglamento de Aplicación, tenemos a bien remitir el Informe Pericial justificado del uso del proceso en cuestión dentro de esta modalidad.

Como primera justificación a este proceso, queremos basarnos en la visión institución que perseguimos sobre ser una institución del nivel técnico superior orientada a ofrecer oportunidades de desarrollo, formando profesionales competentes, éticos e innovadores, mediante un curriculum pertinente, asumiendo una integración solidaria con los sectores empresariales y sociales. Sin embargo, lograrlo necesita de factores de impacto en la cotidianidad del ser humano que de alguna manera u otra se ve expuesto y sumamente bombardeado por todo tipo de publicidad que busca captar la atención y despertar el deseo de consumir un producto o servicio.

Es en ese mismo sentido, que, a través de estrategias creativas y persuasivas, y de manera específica en la publicidad digital y radial queremos conectar con nuestro público meta de (17 a 45 años). Se trata de lograr una coherencia cautivadora entre los visual, auditivo y emocional, donde cada anuncio nos invite a ser parte de una experiencia única y una clara invitación de que la mejor forma de construir el futuro de todos los que tengan contacto a través estos medios es estudiando en el Instituto Técnico Superior Comunitario (ITSC).

En segunda instancia, quisiéramos resaltar la importancia e impacto del uso de la publicidad por los medios digitales y radiales que proponemos sean tomados en cuenta para este proceso.





INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR COMUNITARIO

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Por un lado está el **Periódico digital el gran santo Domingo.com**, el cual cuenta con un alto grado de captación en la población dominicana, por su versatilidad en el contenido diario, y por representar uno de los medios digitales más conocidos a nivel nacional logrando así, que en la era digital en la que vivimos, sea un pilar fundamental para el crecimiento de nuestra institución, confiados en la capacidad de llegar a un público objetivo de manera rápida y efectiva, sintetizando en puntos clave la importancia y relevancia que tiene su contratación en este proceso de desarrollo y expansión que mantiene el Instituto Técnico Superior Comunitario (ITSC).

En primer lugar, la publicidad en medios digitales nos permite llegar a un número mucho mayor de personas en comparación con otros medios tradicionales. A través de plataformas como las redes sociales, los motores de búsqueda y los sitios web, podemos alcanzar a millones de usuarios que se encuentran activos y en constante búsqueda de información.

Además, la publicidad digital nos brinda la oportunidad de segmentar nuestro público objetivo de una manera más precisa. Podemos utilizar diferentes herramientas y tecnologías para identificar las características demográficas y los intereses de nuestra audiencia, lo que nos permite adaptar nuestros anuncios y mensajes de manera más efectiva.

Otro aspecto clave es la capacidad de medir y analizar los resultados de nuestras campañas publicitarias en tiempo real. A diferencia de los medios tradicionales, donde los datos suelen ser limitados y difíciles de obtener, en los medios digitales podemos acceder a métricas detalladas que nos permiten evaluar el impacto y el retorno de nuestra inversión publicitaria.

Conectar bajo esos factores y a través del medio digital que hemos elegido es sumamente importante, y reforzar la estrategia con **Muy a tiempo por Dominicana FM 98.9 FM y 99.9 FM**, es la dupla coercitiva para alcanzar los resultados esperados durante los primeros 6 meses de campaña publicitaria para masificar las oportunidades de la institución, el crecimiento en la interacción y un alcance inclusivo, evidenciando no dejar a nadie atrás del proceso educativo a nivel superior que ofrece la República Dominicana.

Durante los últimos años los anuncios radiofónicos han demostrado ser una de las estrategias publicitarias más eficaces. Cerca de un 80% de los adultos en República Dominicana sintonizan la radio y el oyente promedio pasa casi 2 horas diarias escuchándola.

La publicidad en Radio, además, cuenta con una buena segmentación al poder escoger tanto el programa como la franja horaria en la que deseamos publicitar nos ayuda a impactar directamente al público al que queremos llegar.

Además, nos ayudara a reforzar el recuerdo de nuestros consumidores, con la ventaja de los anuncios radiofónicos, es que los impactos auditivos se almacenan más rápido en la memoria





INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR COMUNITARIO

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

de las personas. Consiguiendo así que el oyente cree su propia imagen del producto/servicio y estar en el top of mind (en la mente) del potencial consumidor, esto unido a la frecuencia es el mejor medio para conseguirlo.

Además, con la publicidad de este medio radial, NO importara la localización del oyente, pues la radio permite que el oyente escuche nuestros anuncios, estén donde estén.

Y en medio de tanta publicidad falsa, nos ayuda a crear confianza en nuestros consumidores, puesto que los locutores de radio transmiten una gran confianza a los oyentes, por lo que se les puede llegar a percibir como un amigo: Acompaña a la gente en todo momento y lugar. Crea la sensación de que siempre hay alguien ahí, detrás del micrófono.

Es en ese sentido, poder tener la posibilidad de contar con ambos medios en este primer proceso de publicidad por medio año, nos ayudan a cumplir con los objetivos estratégicos de comunicación de nuestra institución, generando credibilidad, captación, confianza y retroalimentación de cada paso en las campañas publicitarias.

Y en un tercer punto y no menos importante, verdaderamente resulta necesaria la contratación de los servicios de publicidad en medios de comunicación, tales como televisión, radio y otros medios digitales, que den a conocer con alto impacto el trabajo que está realizando el Instituto Técnico Superior Comunitario (ITSC), una posibilidad que fortalecería los trabajos de expansión y reestructuración de algunas áreas del conocimiento, el aumento de la matrícula estudiantil, la incorporación de materias al curriculum académico, las oportunidades de inversión del mercado laboral a una institución que brinda potencial humano a las empresas públicas y privadas.

Durante más de 10 años, el Instituto Técnico Superior Comunitario, se ha convertido en cuna de grandes empresarios, técnicos sobresalientes, emprendedores exitosos y grandes dominicanos y dominicanas que sirven en hospitales, zonas francas, hoteles, supermercados, consultorios y estudios, dotando al país de 5,358 nuevos técnicos profesionales capacitados para el mercado productivo, sin embargo resulta relevante hacer inversiones de este tipo, donde no quede dudas de las grandes oportunidades que brinda el instituto, el impacto de una carrera técnica en sus vidas, el aporte económico incomparable a la educación que reciben y un mejor futuro para ellos, es solo posible a través de campañas estratégicas de comunicación implementadas por los medios que le detallamos:

- Periódico digital el gran santo Domingo.com
- Muy a tiempo por Dominicana FM 98.9 FM y 99.9 FM





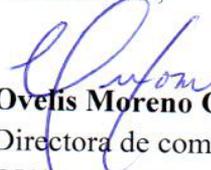
INSTITUTO TÉCNICO SUPERIOR COMUNITARIO

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Reiteramos nuestro compromiso con la educación de calidad y agradecemos de antemano su consideración, ante cualquier duda, estamos a su disposición para cualquier aclaración o información adicional que necesiten.

Quedamos a la espera de su pronta respuesta.

Atentamente,


Ovelis Moreno Guzmán
Directora de comunicaciones
OV/vm

