FICHA TÉCNICA
MEDIOS Y PRODUCTOS PUBLICITARIOS

Medio de Comunicación	Producto Específico
Radio (Local, Regional y Nacional)	Cuñas radiales, microprogramas, menciones en vivo, transmisiones, entrevistas institucionales
Televisión	Comerciales de 30s y 60s, cápsulas informativas, transmisiones en vivo de eventos
Prensa escrita	Avisos de página completa, media página o cuarto de página, publirreportajes
Medios digitales	Banners en portales, contenidos patrocinados en redes sociales, cápsulas para YouTube
Perifoneo	Grabaciones y recorridos con mensajes institucionales en zonas urbanas y rurales
Pantallas LED	Reproducción de videos e imágenes con información institucional
Vallas móviles	Publicidad en vehículos adaptados para circulación en zonas estratégicas
Medios alternativos	Activaciones de marca, entrega de volantes, pendones, murales informativos, productos informativos impresos

Nota Aclaratoria 1:

Si bien la presente ficha técnica expone un panorama general de los medios y productos publicitarios que pueden ser utilizados en el marco del Plan de Medios, se aclara que la Alcaldía de Pasto definirá previamente, y de manera detallada, los espacios, formatos, fechas, horarios, contenidos, numero de productos y líneas de comunicación a implementar, de acuerdo con las necesidades institucionales y los objetivos específicos de cada campaña. Por tanto, esta ficha debe entenderse como una guía general y no como una relación cerrada o definitiva de los servicios a contratar.

Nota aclaratoria 2:

La adquisición de los servicios descritos estará sujeta a las necesidades que requiera la administración municipal en el desarrollo y avance de su gestión administrativa. Así mismo, se aclara que podrían surgir necesidades comunicativas específicas no contempladas

expresamente en esta guía general, pero que serán pertinentes y necesarias para garantizar una adecuada y oportuna difusión de la información institucional, por lo que su ejecución podrá considerarse dentro del objeto contratado, siempre que responda al propósito general de la estrategia de comunicación pública del municipio. La Oficina de Comunicación Social, será la responsable de remitir una ficha técnica mensual con la programación de los productos, espacios y medios a contratar.

Proponte:

Firma