**COMPRA DE MEDIOS DIGITALES 2017**

**EQUIPO DE COMUNICACIÓN**

**DIRECCIÓN NACIONAL DE CULTURA**

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA**

**Objetivos:**

-Posicionar a la Dirección Nacional de Cultura (DNC) del MEC como la institución referente en materia de cultura en Uruguay para la ciudadanía toda en los medios digitales.

-Ser pioneros en el uso de las plataformas digitales para establecer un contacto cercano y eficiente con la ciudadanía.

**Forma de trabajo:**

El equipo de Comunicación de la DNC será el responsable de definir y desarrollar los contenidos destinados a los medios digitales, así como su cronograma de pautado anual. Adjuntamos una referencia aproximada de ese cronograma que podrá sufrir cancelaciones y modificaciones a lo largo del año.

Cuando lo considere necesario, el equipo de Comunicación podrá acudir a la agencia para solicitar el desarrollo de contenidos de comunicación especiales para los medios digitales como: videos, tutoriales, contenidos para storytelling, canvas, entre otros.

Las estrategias de comunicación y el pago de las campañas de pautado serán propuestos y ejecutados por la agencia previo acuerdo con el equipo de Comunicación de la DNC.

 **Ítem 1 - Gestión y compra de medios digitales**

1.1 - elaboración de estrategias de pautado:

Se espera que la agencia recomiende a la DNC las estrategias de pautado y campañas óptimas para cada producto comunicacional que nuestra institución necesite difundir, proponiendo el mix de medios digitales ideal para cada caso.

1.2 - compra de espacios publicitarios:

La agencia será la encargada de la compra de los espacios y del pago a los medios de los montos que se acuerden con la DNC para impulsar sus anuncios y campañas.

1.3 - pautado de campañas:

La agencia será la encargada de programar los anuncios, publicaciones promocionadas, campañas y demás recursos publicitarios para las cuentas de la DNC.

1.4 - reportes de rendimiento:

La agencia deberá proveer reportes de rendimiento de las redes sociales de DNC de forma mensual. Los mismos deberán contener recomendaciones de acciones a tomar que propendan a incrementar el rendimiento de la inversión y mejorar el posicionamiento de la DNC de acuerdo a los objetivos aquí propuestos y a los de cada contenido a comunicar.

**Ítem 2 a -  Mantenimiento de cuentas en redes sociales.**

2.1 - Youtube (actualización, organización de contenidos, posicionamiento, anotaciones). Los contenidos serán subidos al canal por el equipo de Comunicación de la DNC.

2.2 - Soundcloud (actualización, organización de contenidos, reportes de oyentes, fuente de tráfico de oyentes, optimización de la cuenta). Los contenidos serán subidos al canal por el equipo de Comunicación de la DNC.

2.3 - Instagram (actualización de la cuenta, organización de contenidos, posicionamiento). Los contenidos serán subidos a la cuenta por el equipo de Comunicación de la DNC.

2.4 - Twitter (reportes de rendimiento, tráfico de seguidores, optimización de la cuenta). Los contenidos serán publicados por el equipo de Comunicación de la DNC.

2.5 - Facebook (informes de rendimiento, optimización de la cuenta, posicionamiento). Los contenidos serán publicados por el equipo de Comunicación de la DNC.

\*Para todas las redes necesitaremos que nos mantengan al tanto de cambios en medidas, funcionalidades y de las nuevas oportunidades que surjan de ellas, así como de nuevas acciones que podamos implementar y contribuyan a conseguir los objetivos que aquí se plantean.

**Ítem 2 b - Desarrollo de contenidos especiales para redes sociales.**

Esperamos poder contar con una agencia capaz de brindarnos soluciones rápidas y eficaces a nuestras necesidades de generar contenidos especiales para redes sociales como tutoriales, videos, storytelling y demás recursos que nos permitan lograr el posicionamiento deseado.

Se espera que la agencia proponga la cantidad de productos comunicacionales especiales que es capaz de desarrollar en base a la inversión y el calendario estimados. Si la agencia considera que estratégicamente debe priorizarse el desarrollo de estos contenidos, la inversión que proponga en su oferta para producirlos podrá ser mayor a la estimada, en tanto lo compensen reduciendo proporcionalmente los montos de los otros puntos que aquí solicitamos cotizar.

**Inversión:**

A - Inversión estimada a incluir en la propuesta de la agencia para compra de campañas en Facebook durante 2017: $ 65.000.

B - Inversión estimada a incluir en la propuesta de la agencia para compra de campañas en otros medios digitales (Google search, remarketing, otros) durante 2017: $ 10.000.

C - Inversión estimada disponible para elaboración de contenidos especiales para redes sociales (videos, tutoriales, entre otros): $25.000.

Condiciones:

* A los montos expresados anteriormente se le deberán adicionar los impuestos correspondientes, que deberán estar detallados en la propuesta y se congelarán según la misma, para todo el 2017, al momento de adjudicación de la compra.
* La agencia debe estar registrada y activa en el RUPE para poder presentar una oferta.