

# ANEXO I

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

### **Artículo 1° Objeto**

Contratación de servicios estratégicos de planificación de medios, y auditoria de campañas para comunicaciones institucionales por un periodo de DOCE (12) meses, con opción a prórroga por igual plazo, a favor de ANSES.

### **Artículo 2° Inversión**

ANSES tiene programada una inversión anual estimada de PESOS TRESCIENTOS TREINTA Y DOS MILLONES QUINIENTOS MIL (\$332.500.000).

### **Artículo 3° Características**

a) Planificación de medios: incluye la elaboración de la propuesta de planificación estratégica de medios de comunicación para la difusión de las piezas de comunicación que integren cada campaña o acción determinada indicando con fundamentos técnicos sólidos la elección de los medios y vehículos elegidos, pudiéndosele requerir soportes de información tales como IVC, rating de televisión abierta y por cable, rating de radios; análisis de programación, elaboración de pautas mensuales, y cualquier otro sistema de medición de audiencias para cualquier otro sistema de medios conocido o por conocerse.

La planificación estratégica de medios deberá ser realizada en base a los criterios objetivos de asignación establecidos por la Resolución 247/2016 de la Secretaría de Medios de Comunicación.

b) Realizar el servicio de control de las Campañas Publicitarias emitidas por esta Administración Nacional de Seguridad Social, el cual alcanzará a la publicidad que se emita mediante spots en audiovisual, televisión, cable, satelital, radio, web, cine y vía pública

c) La negociación y compra de medios, será realizada en forma exclusiva por ANSES.

#### **Artículo 4° Descripción de los servicios**

La adjudicataria deberá desarrollar el siguiente servicio, que se desplegará en DOS (2) fases:

a) Fase 1; Realizar la planificación estratégica de los medios de comunicación a ser utilizados para la ejecución de campañas de publicidad.

b) Fase 2; Realizar el control de emisión, pre evaluación y post evaluación de las campañas publicitarias de ANSES:

I.- Emitidas en audiovisual, televisión, cable, satelital, radio, web y cine en todo el territorio de la Republica Argentina.

II.- Emitidas en vía pública, en todo el territorio de la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, por una muestra de hasta SETENTA (70) carteles de grandes formatos y de hasta el SESENTA POR CIENTO (60%) de lo ordenado en circuitos de formato papel, mensuales.

III.- Emitidas en vía pública, en todo el territorio de la Republica Argentina, excepto la Ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, por una muestra de hasta NOVENTA (90) carteles de grandes formatos y de hasta el CUARENTA Y CINCO POR CIENTO (45%) de lo ordenado en circuitos de formato papel, mensuales.

IV.- El control deberá incluir la utilización de un adserver para servir hasta un máximo de QUINIENTOS MILLONES (500.000.000) de impresiones de anuncios rich media anuales.

El ad server deberá tener las siguientes características o funcionalidades:

- Tracking de Visibilidad
- Verificación de dominios
- Homologado por el IAB (Internet Advertising Bureau) y MRC (Media Rating Council).
- Abierto a integración con otras plataformas.
- "Servidor de anuncios de terceros": desarrollo orientado principalmente para anunciantes y no medios.

#### **Artículo 5° Requisitos de los oferentes**

a) Deberá acreditar fehacientemente el cumplimiento de los siguientes requisitos:

I.- Poseer antecedentes como proveedor integral de servicios de comunicación en la República Argentina que incluyan: Planificación y desarrollo estratégico de campañas de comunicación en diferentes sistemas de medios (televisión, radio, gráfica, internet, vía pública, etc.), los cuales deberán ser acreditados mediante Cartas de Recomendación, facturación, ordenes de servicios ó documentación equivalente de al menos TRES (3)

clientes.

II.- Contar con las siguientes herramientas básicas necesarias para el análisis cualitativo y cuantitativo de medios, así como para su evaluación pre y post campaña (o similares y equivalentes):

- MW Telereport TV (permite analizar en profundidad los datos de audiencia de televisión: rating, alcance y frecuencia, duplicación de audiencias, origen y destino, etc.).
- TV Data TV (informes de ranking por canales, programas o bloques horarios, creación de pautas de pre y post evaluación de campañas, análisis de perfiles de programa, etc.).
- E-radio (Ranking de emisoras, curvas de audiencia, perfil de emisoras, curvas de tendencias y evaluación, evaluación de pautas, etc.).
- OMR (VP) (Proporciona información sobre circulación frente a elementos publicitarios, evaluación y simulación de pautas, calificación de los soportes – iluminación, contaminación visual, etc.- mapeos e información de cobertura).
- TGI (brinda información sobre el consumo de medios relacionado con el consumo de productos, servicios y marcas).
- TGI Net (Brinda métricas sobre internet que sirven para estudiar tendencias y hacer tracking de novedades y temas claves de la industria online).
- Ad Media (permite realizar controles publicitarios y análisis de competencia en todo el multimedios, tanto a nivel inversión, como certificación de avisos emitidos)
- MW Video Track (es un análisis de post evaluación examinando GPRs, rating promedio, cobertura, cobertura efectiva y OTS de cada spot o de las diversas olas que integran la campaña publicitaria y que permite relacionar inversión publicitaria con la medición de audiencia de televisión y evaluarlos)
- COMSCORE (permite analizar, auditar y post evaluar pautas en el mundo digital, examinando comportamientos del usuario, desglose de target, información de cobertura, frecuencia, GPRs, medición y observación de medios entre otros tantos datos)
- AdCuality

III.- Una antigüedad mínima de QUINCE (15) años en el mercado argentino acreditada mediante facturación o la documentación pertinente.

IV.- Estar inscriptos en el Registro Público de Agencias de Publicidad y Productoras Publicitarias establecido por el artículo 59 de la Ley N°26.522.

V.- El nivel de facturación deberá ser superior a los PESOS OCHENTA MILLONES (\$

80.000.000) anuales, en los DOS (2) últimos ejercicios comerciales.

VI.- Tener o haber tenido en la nómina de clientes un mínimo de TRES (3) entidades pertenecientes al Sector Público Nacional en los últimos DOS (2) años.

b) Deberá contar con un equipo profesional con dedicación exclusivamente a la atención de ANSES, el cual deberá cumplimentar los siguientes requisitos:

I.- Deberá estar conformado por personal con formación profesional y/o experiencia acreditable en campañas de comunicación masiva a nivel nacional.

II.- El equipo deberá estar integrado por:

- a. Un Director de Cuenta
- b. Un Planificador de Medios Senior
- c. Un Planificador de Medios Junior
- d. Un Planificador Digital Senior
- e. Tres Auxiliares de Medios
- f. Un web trafficker

III.- El equipo será de dedicación full-time a ANSES durante el período de contratación.

IV.- En el caso de que, durante la vigencia del contrato, algún miembro del equipo de trabajo específicamente afectado a la atención de ANSES se desvincule de la empresa adjudicataria, el mismo deberá ser remplazado por otro profesional de similar idoneidad. El remplazo propuesto por la empresa deberá ser comunicado a ANSES, quien evaluará la idoneidad del candidato para el puesto y podrá, en caso de no considerarlo adecuado, solicitar a la empresa, la postulación de nuevos candidatos.

V.- ANSES podrá solicitar todas las aclaraciones que estime corresponder durante el proceso de análisis de los antecedentes y el equipo de profesionales de la empresa (apartados I y II de este inciso), incluyendo la provisión de documentación adicional sin que ello represente costo alguno para ANSES. Dichos requerimientos a formular por ANSES no serán considerados como modificaciones al Pliego de Bases y Condiciones de la Licitación, quedando a resguardo el principio de igualdad de oferentes, que de pleno derecho se aplica a la presente.

#### **Artículo 6°: Derechos y obligaciones de las Partes**

a) Prestación del Servicio – Fase 1: Ante cada solicitud de trabajo la empresa se obliga a desarrollar la estrategia y planificación de los medios de comunicación que resulten más idóneos para cada mensaje o campaña, desarrollando en un plazo no mayor a CINCO (5)

días desde la comunicación del pedido efectuado por ANSES mediante correo electrónico a la dirección denunciada oportunamente, las siguientes actividades:

Elaborar la propuesta de planificación estratégica de medios por cada campaña o acción determinada, indicando con fundamentos técnicos sólidos la elección de los medios adoptados.

Para elaborar la propuesta de planificación de medios el adjudicatario deberá tener en cuenta los siguientes Criterios Objetivos de asignación establecidos por el artículo 8° de la Resolución 247/2016 de la Secretaría de Comunicación Pública;

- Alcance del medio: En función de su circulación o audiencia, para cuya determinación se tendrán en cuenta los indicadores de referencia en cada mercado y los registros que el proveedor certifique mediante declaración jurada.

- Pertinencia del mensaje: En función de la especialización del medio o plataforma y en relación a la audiencia o público objetivo del mensaje.

- Zona geográfica: En función que los mismos posean una comprobable cobertura de una determinada zona o región geográfica en la cual se encuentre circunscripta la audiencia o público objetivo del mensaje.

- Fomento del federalismo y la pluralidad de voces: En función que los medios o plataformas sean gestionados por organizaciones sociales sin fines de lucro que acrediten debidamente su fin social, que emitan en lenguas de pueblos originarios y/o que emitan en las categorías de baja potencia según las definiciones técnicas que establece el Ente Nacional de Comunicaciones.

b) Obligaciones del cocontratante respecto de la Fase 1 - Planificación estratégica:

I.- Establecer una interacción eficiente con ANSES tendiente a optimizar las estrategias de comunicación en todo el territorio nacional.

II.- Desarrollar la estrategia de comunicación necesaria para cumplir con los objetivos de la acción publicitaria e institucional de ANSES, teniendo en cuenta la política pública que se quiere comunicar identificando con claridad el público objetivo.

III.- Elaborar la propuesta de planificación estratégica de medios para cada campaña o acción determinada indicando con fundamentos técnicos sólidos la elección de los medios adoptados.

IV.- Asimismo, respecto a la estrategia comunicacional y a la planificación de medios se requerirá que las mismas estén fundadas teniendo en cuenta: Soporte de información, IVC, Rating TV abierta y por cable. Rating y Radios; Análisis de Programación; Elaboración de pautas mensuales; Estimación y distribución presupuestaria.

V.- El Ejecutivo de cuentas designado será el responsable de mantener un contacto fluido con la Dirección General de Comunicación Estratégica de ANSES. Asimismo, deberá establecerse una guardia de emergencia para el horario de 20:00 hs. a 08:00 hs y las 24 hs. en días no hábiles.

VI.- El adjudicatario para la realización de las actividades y el alcance de los resultados previstos, asignará los insumos y proporcionará el personal, con las calificaciones adecuadas y la experiencia pertinente, en función de los detalles mínimos exigidos en este pliego.

c) Obligaciones del cocontratante respecto de la Fase 2 - Auditoría de medios:

I.- El proveedor realizará un informe de auditoría en el que deberá determinar si los medios emitieron la pauta ordenada bajo los parámetros solicitados. A ese efecto deberá constatar que los mismos hayan sido cumplimentados en función de la información que le será suministrada según lo indicado en el apartado II de este inciso.-.

Para la realización del informe, el prestador utilizará; en el caso de servicios digitales, los medios indicados en el artículo 4º, inciso b), apartado IV, y para el resto de los servicios utilizará los medios técnicos idóneos, según las prácticas habituales del mercado, responsabilizándose que los mismos sean aptos para garantizar la debida prestación del servicio.

II.- ANSES, a través de la Dirección de Gestión Administrativa, emitirá para el adjudicatario un detalle pormenorizado de la Campaña Publicitaria en la que se requiere la prestación de los servicios, que detallará los siguientes parámetros a controlar:

***Emisoras (Radio y Televisión):***

- Razón Social del proveedor de medios
- Nombre del medio emisor
- Ubicación (programa en el que se emitió la publicidad)
- Formato
- Cobertura (en el caso de radios)
- Duración de la publicidad
- Fecha de emisión.
- Cantidad de spots

***Web:***

- Razón Social del proveedor de medios
- Nombre del medio emisor

- Ubicación
- Cobertura
- Medida
- Cantidad de impresiones

***Vía Pública:***

- Razón social de la empresa relevada.
- Tipo de Cartel
- Detalle del período de exhibición.
- Control del estado del aviso.
- Ubicación geográfica, detallando dirección, localidad y ubicación en caso de ámbitos internos.

***Salas de Cine:***

- Razón social de la empresa relevada
- Formato.
- Fecha de comienzo de la Cine Semana
- Sala y película en la que se emitió la publicidad.
- Duración de la publicidad.

***Gráfica:***

- Razón social de la empresa relevada.
- Nombre del medio emisor.
- Medidas.
- Ubicación.
- Cobertura.
- Formato.
- Fecha de publicación.

El detalle será remitido con una antelación mínima de VEINTICUATRO (24) horas corridas de anticipación del inicio de la Campaña. A los efectos del presente, la comunicación cursada a la dirección de correo electrónico denunciado por el adjudicatario revestirán el carácter de fehaciente notificación, no pudiendo el mismo alegar la falta de recepción de la misma.

III.- Los reportes de auditoría serán entregados dentro de los DIEZ (10) días hábiles posteriores a la finalización del mes calendario en el que la pauta publicitaria fue emitida.

Serán entregados en soporte papel debidamente suscrito en todas sus hojas por el adjudicatario o su representante legal, y en soporte digital indefectiblemente.

IV.- Elaborar un Informe Final de cada campaña ejecutada dentro de los DIEZ (10) días hábiles posteriores a la finalización de las mismas.

Deberá acompañar la documentación que acredite los servicios provistos por el adjudicatario mediante la presentación correspondiente de la planificación estratégica; su racional de medios y el informe final de auditoría.

d) Confidencialidad de la Información.

El Adjudicatario, sus empleados y/o terceros contratados por él deberán respetar la Política de Seguridad Informática de esta Administración establecida por la Resolución D.E.-N. N° 262/99 y D.E.- N. N° 693/08.

Asimismo se compromete a mantener reserva de la documentación de trabajo que facilite el ANSES. No podrá transmitir a terceros los planes publicitarios de ANSES ni su contenido, estrategias e inversiones.

Respecto de la confidencialidad de la información, se establece que revestirá dicho carácter toda información a la que el Adjudicatario, sus empleados y/o terceros contratados por él, pudieran tener acceso durante la ejecución de los trabajos inherentes al cumplimiento del contrato.

El Adjudicatario se comprometerá a la no divulgación, tanto de los datos como de las configuraciones de los equipos instalados en sus dependencias, que son utilizados en la prestación del presente servicio. El Adjudicatario se declara de acuerdo con esto con el simple hecho de su participación como contratista del servicio.

El Adjudicatario será directamente responsable por los actos de infidencia que sus empleados y/o de los terceros por él contratados pudieran cometer durante la ejecución de los trabajos y aún finalizada la relación contractual entre las partes.

Se entiende por información lo siguiente:

- Cualquier información almacenada en los sistemas informáticos de ANSES, cualquiera sea su tipo u origen (datos, archivos, programas, procedimientos, etc.), incluyéndose los datos almacenados en cintas magnéticas, disquetes u otro medio de almacenamiento removible, cualquiera sea su tipo, origen o fecha de creación.
- Cualquier información impresa generada por los sistemas informáticos de ANSES, cualquiera sea su tipo, origen o fecha de creación.

- Cualquier información impresa o transmitida en forma verbal referente a procedimientos, “reglas de negocios”, manuales de procedimientos, reglamentaciones, resoluciones, etc.
- Cualquier información referida a las normativas, controles y procedimientos de auditoría con que ANSES regula las operaciones que ejecuta su personal al brindar sus servicios.

El precedente detalle es sólo enunciativo, resultando confidencial asimismo la totalidad de la información a la que tenga acceso el Adjudicatario, producto de desempeñarse y/o tener acceso a ANSES motivado por la adjudicación del servicio solicitado. Se excluye de esta cláusula de confidencialidad toda información de dominio público.

# ANEXO II

 **PROCREAR**

**BRIEF  
CAMPAÑA DE  
COMUNICACION**

**ANSES**

## BRIEF DE COMUNICACION

El siguiente Brief responde a un ejercicio de **Planificación** a desarrollar sobre el Programa PROCREAR, limitado a los requisitos de acceso para la inscripción en el mismo.

## El programa

**PROCREAR** es un programa del Estado Nacional que tiene como objetivo que las familias argentinas puedan cumplir el sueño de la “casa propia”

Combina crédito hipotecario, ahorro de familias y bonificación del Estado Nacional.

Esta nueva solución permite la compra de una vivienda nueva o usada, con créditos accesibles, cuotas iniciales bajas y plazos de pago de hasta 20 años.

Está destinado a personas mayores de 18 a 55 años y tener ingresos familiares netos de entre \$15.120 y \$30.240, con una antigüedad laboral mínima de 1 año.

Para mayor información ingresar a: <http://www.procrear.anses.gob.ar/>

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

## OBJETIVO GENERAL

- ✓ Informar sobre el re-lanzamiento del programa PROCREAR con sus cambios y principales características:
  - \*La compra de una vivienda nueva o usada, con créditos accesibles, cuotas iniciales bajas y plazos de pago de hasta 20 años.
  - \*Destinada a quienes hoy alquilan y quieren alcanzar su casa propia en cualquier parte del país.
  - \*La adjudicación es por medio de un sistema de puntaje objetivo y transparente, que priorizará a las familias que más lo necesitan.
- ✓ Incentivar la inscripción de familias o individuos interesados en sumarse al programa

## PUBLICO OBJETIVO

Va dirigida a todos los habitantes de la República Argentina y con foco particular en aquellas familias o individuos que todavía no hayan adquirido su primera casa propia y cumplan excluyentemente con los requisitos del programa.

## OBJETIVO COMUNICACIONAL

Informar acerca del nuevo crédito de PROCREAR e incentivar la inscripción.

Las inscripciones estarán abiertas por 45 días, desde el 15 de mayo al 30 de junio de 2017.

## TIPO DE COMUNICACIÓN QUE ENMARCA LA CAMPAÑA

Informativa, pedagógica y de activación.

**CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN**

**ANSES**

## SISTEMA DE MEDIOS

- Gráfica
- Radio
- TV
- Digital
- VP

## MEDIOS

Se pautará en medios tanto nacionales como provinciales.

Las tarifas a aplicar se basarán de los tarifarios oficiales con un descuento promedio del 15%.

## INVERSION TOTAL

\$100.000.000 + IVA

## PERIODO DE CAMPAÑA

3 de abril al 30 de junio de 2017

**Planificación de medios**

**ANSES**

## PIEZAS GRAFICAS



**PROCREEAR**

**SOLUCIÓN CASA PROPIA**

**REEMPLAZÁ EL ALQUILER POR LA CUOTA DE TU CASA**

- Compra de vivienda nueva o usada de hasta \$1.500.000
- Cuotas accesibles.
- Plazo de pago hasta 20 años.

Más información: [procreear.anses.gov.ar](http://procreear.anses.gov.ar)

**ANSES** Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, Presidencia de la Nación Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas, Presidencia de la Nación Presidencia de la Nación



**PROCREEAR**

**LOTES CON SERVICIOS**

**13.000**  
NUEVOS LOTES URBANOS  
PARA LA CONSTRUCCIÓN

Más información: [procreear.anses.gov.ar](http://procreear.anses.gov.ar)

**ANSES** Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, Presidencia de la Nación Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas, Presidencia de la Nación Presidencia de la Nación



**PROCREEAR**

**DESARROLLOS URBANÍSTICOS**

**23.000**  
VIVIENDAS EN MARCHA EN 70  
DESARROLLOS URBANÍSTICOS

Más información: [procreear.anses.gov.ar](http://procreear.anses.gov.ar)

**ANSES** Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, Presidencia de la Nación Ministerio de Hacienda y Finanzas Públicas, Presidencia de la Nación Presidencia de la Nación

La creatividad y realización estará a cargo de los equipos técnicos de la Dirección de Comunicaciones de ANSES.

# COMERCIAL RADIAL

Para los comerciales de radio se utilizarán 2 variantes:

- 1) Duración estimada: 20 segundos
- 2) Duración estimada: 30 segundos.

La creatividad y realización estará a cargo de los equipos técnicos de la Dirección de Comunicaciones de ANSES.

Para los comerciales de TV se utilizarán 2 variantes:

- 1) Duración estimada: 30 segundos
- 2) Duración estimada: 50 segundos.

La creatividad y realización estará a cargo de los equipos técnicos de la Dirección de Comunicaciones de ANSES.

**MUCHAS GRACIAS**

**ANSES**



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional  
2017 - Año de las Energías Renovables

**Hoja Adicional de Firmas**  
**Pliego Especificaciones Tecnicas**

**Número:**

**Referencia:** PET - EX-2017-11577267 -ANSES-DC#ANSES - SERVICIO DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y AUDITORIA DE CAMPAÑAS

---

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 19 pagina/s.