

000001

**PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS PARA CONVOCATORIAS A AUDIENCIAS PÚBLICAS Y
PUBLICACIONES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

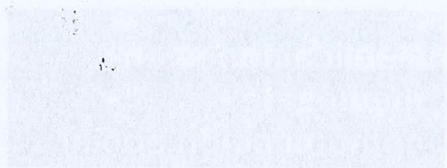
Con el objetivo de garantizar la participación del usuario en las decisiones que se ejecutan sobre los servicios que se le ofrece, y por ende garantizar la protección de sus derechos, el artículo 36 de la Ley de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos establece la obligación de convocar a audiencias públicas, lo cual debe hacerse, sin excepción, por medio de publicación en el Diario Oficial La Gaceta y en dos periódicos de circulación nacional, adicionalmente se transmiten cuñas de radio para garantizar que la mayor cantidad de usuarios puedan enterarse de la convocatoria y por ejemplo usuarios con problemas de visión puedan escuchar el anuncio y enterarse.

El artículo 36 mencionado en el párrafo anterior, también establece que entre la publicación y la audiencia deberá transcurrir un plazo de treinta días naturales, por lo que una publicación en un tiempo menor, presentaría una potencial nulidad de la audiencia.

Por este motivo no resulta conveniente realizar un concurso por medio de la Plataforma Merlink para tramitar estas compras, debido a que, por los plazos establecidos para las diferentes etapas de un proceso ordinario, la probabilidad de que las publicaciones no se emitan en el tiempo correcto son altas, es por eso que la administración busca los medios más idóneos, que son los que más audiencia tienen en los públicos a los cuales se necesita emitir la comunicación.

Complementariamente la Ley General de Telecomunicaciones N° 8642 y su Reglamento, establecen diferentes responsabilidades dentro del mercado de las telecomunicaciones de Costa Rica a la Sutel, donde siempre debe priorizarse la protección al usuario, y la transparencia en la toma de decisiones y su divulgación. Por este motivo regularmente es necesario buscar medios para comunicar avisos, resoluciones e información de interés general para usuarios y operadores, los cuales deben ser publicados en el menor tiempo posible, y esto hace que sea poco conveniente realizar un proceso ordinario de contratación, ya sea por medios físicos o electrónicos, por esta razón, estas publicaciones se realizan bajo el mismo proceso que se ejecutan las publicaciones para audiencias públicas.

V.B. van Calk Saenz



000001

PUBLICACIONES EN MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL Y PUBLICACIONES PARA CONVOCATORIAS A AUDIENCIAS PUBLICAS Y

Con el objetivo de garantizar la participación del usuario en las decisiones que se ejecutan sobre los servicios que se le ofrecen y por ende garantizar la protección de sus derechos, el artículo 58 de la Ley de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos establece la obligación de convocar a audiencias públicas lo cual debe hacerse, sin excepción, por medio de publicación en el Diario Oficial La Gaceta y en dos periódicos de circulación nacional. Adicionalmente se garantiza el acceso a los datos para garantizar que la mayor cantidad de usuarios puedan participar de las convocatorias y por tanto usuarios con problemas de visión puedan acceder al anuncio y entenderlo.

El artículo 58 mencionado en el párrafo anterior, también establece que entre la publicación y la audiencia deberá transcurrir un plazo de treinta días naturales, por lo que una publicación en un término menor presuntamente una potencial nulidad de la audiencia.

Por este motivo, no resulta conveniente realizar un concurso por medio de la Plataforma MIP-INT, para tramitar estos concursos, debido a que, por los plazos establecidos para las diferentes etapas de un proceso ordinario, la probabilidad de que las publicaciones no se emitan en el tiempo como son ellas, es por eso que la administración busca los medios más idóneos que con los que más usuarios tienen en los países a los cuales se presta el servicio de comunicación.

Oportunamente la Ley General de Telecomunicaciones N° 8842 y su Reglamento establecen diferentes responsabilidades dentro del marco de las telecomunicaciones de Costa Rica y la Gaceta, donde siempre debe priorizarse la protección al usuario y la transparencia en la toma de decisiones y su ejecución. Por este motivo, resulta necesario buscar medios para comunicar a los usuarios e información de interés general para usuarios y operadoras, los cuales deben ser publicados en el menor tiempo posible y solo hace que sea poco conveniente realizar un proceso ordinario de contratación, ya que por medio físico o electrónico por esta razón estas publicaciones se realizan bajo el mismo proceso que se ejecuta las publicaciones para audiencias públicas.

24 de mayo del 2018
04058-SUTEL-SCS-2018

Señores
Hannia Vega
Glenn Fallas Fallas
Unidad de Proveeduría
Eduardo Castellón Ruiz

Estimados señores:

El Suscrito, Secretario del Consejo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, en ejercicio de las competencias que le atribuye el inciso b) del artículo 50 de la Ley General de la Administración Pública, ley 6227, y el inciso 10) del artículo 35 del Reglamento Interno de Organización y Funciones de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos y su Órgano Desconcentrado, me permito comunicarle que en la sesión ordinaria 030-2018 del Consejo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, celebrada el 23 de mayo del 2018, se adoptó, por unanimidad, lo siguiente:

ACUERDO 012-030-2018

En relación con el oficio 3721-SUTEL-COM-2018 del 15 de mayo del 2018, sometido a conocimiento de este Consejo sobre *"INFORME PARA LA EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE LA SUTEL "DERECHOS DE LOS USUARIOS" EN EL AÑO 2018"*, el Consejo de esta Superintendencia, resuelve lo siguiente:

CONSIDERANDO:

- I. Que dentro de las obligaciones del Consejo y funciones de esta Superintendencia se encuentra, entre otros, garantizar y proteger los derechos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones, asegurando mayor y mejor información.
- II. Que las campañas publicitarias son una forma por excelencia que permite brindar información clara y oportuna a la gran mayoría de usuarios sobre sus derechos y les permite tomar decisiones de consumo informadas de previo a la contratación de servicios de telecomunicaciones.
- III. Que el plan de publicidad institucional de la SUTEL está programado para arrancar a partir del 15 de junio del año en curso, debido a la veda publicitaria en las instituciones públicas con motivo de la campaña electoral, que se extendió desde el 5 de octubre del 2017 hasta el 1° de abril del 2018.
- IV. Que en el año 2018 está programada la ejecución de tres campañas publicitarias por parte del órgano regulador, presupuestadas por las Dirección General de Calidad con la campaña de *"Derechos de los Usuarios"*, la Dirección de Mercados con la herramienta *"Mi comparador"* y la Dirección General de FONATEL con una campaña de *"Ciberseguridad"*. Los recursos económicos para ejecutar estas campañas fueron aprobados por el Consejo de la SUTEL a cada Dirección en el presupuesto de 2018 según el Acuerdo 013-069-2017.
- V. Que el cronograma de las campañas publicitarias de la SUTEL fue conocido y discutido por el Consejo durante una sesión de trabajo el viernes 27 de abril de 2018, en la que participaron los señores: Hannia Vega Barrantes, Manuel Emilio Ruiz Gutiérrez, Eduardo Castellón Ruiz, Ivannia Morales Chaves y Leonardo Steller Solórzano, el cual rige del 15 de junio hasta el 7 de diciembre del año en curso:

24 de mayo del 2018
 04058-SUTEL-SCS-2018

Programación de pauta publicitaria SUTEL 2018						
Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Derechos Usuarios	Comparador		Ciberseguridad		
	15 de junio – 30 julio	1 agosto – 15 octubre		16 octubre – 7 diciembre		
-Estas fechas son aproximadas, podrían variar dependiendo de los procesos de contratación y espacio en los medios de comunicación.						

- VI. Que cada una de las Direcciones señaladas cuentan con recursos presupuestarios suficientes para la ejecución de las campañas publicitarias, lo cual comprende la producción de las piezas publicitarias y la pauta en los medios de comunicación colectiva.

Dirección	Calidad	Mercados	FONATEL	TOTAL
Campaña	Derechos de los Usuarios	Mi comparador	Ciberseguridad	€361.574.807,00
Presupuesto	€180,139,807.00	€175.000.000,00	€6,435,000.00	

- VII. Que la campaña de los Derechos de los Usuarios de la Dirección General de Calidad cuenta con un presupuesto disponible de €180,139,807.00 destinados únicamente para pauta publicitaria, ya que la producción de este material se realizó en el año 2015, por lo que durante este año solamente se estaría reprogramando la pauta.
- VIII. Que la Campaña de "Derechos de los Usuarios" cuenta en las sub partidas: 5000-1-03-02-1-210-00000000 "Publicidad y propaganda", con €140,539,807.00 (ciento cuarenta millones quinientos treinta y nueve mil ochocientos siete colones con 00/100), destinado para "QO-06: Campaña en medios de comunicación para empoderamiento del usuario". Se financia con Canon de Regulación y la 5000-1-03-02-4-210-00000000 "Publicidad y propaganda", con €39,600,000.00 (treinta y nueve millones seiscientos mil colones con 00/100), destinado para "QO-06: Campaña en medios de comunicación para empoderamiento del usuario". Se financia con Superávit. Según la certificación presupuestaria SUTEL-031-2018, elaborada por la Unidad de Finanzas de SUTEL.
- IX. Que la SUTEL contempla para todas sus campañas publicitarias la obligación de pautar el 10% del dinero destinado para pauta en el Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART), tal y como lo establece el artículo 19 de la Ley Orgánica del SINART N°8346.
- X. Que de conformidad con lo dispuesto en el acuerdo 03-003-2018 del Consejo de SUTEL del 22 de enero del 2018 toda contratación administrativa relacionada con campañas publicitarias deberá ser aprobada por el Consejo de la SUTEL previo visto bueno de la Asesoría de comunicación estratégica.

POR TANTO

De acuerdo con las anteriores consideraciones de hecho y derecho y la justificación correspondiente y con fundamento en la Ley General de Telecomunicaciones, Ley N° 8642; La Ley de Fortalecimiento y Modernización de las Entidades Públicas del Sector Telecomunicaciones, Ley N°8660, en la Ley de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos, Ley N°7593, en el Reglamento Interno de Organización y Funciones de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos y su órgano desconcentrado, y demás normativa de desarrollo y de pertinente aplicación,

EL CONSEJO DE LA SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

RESUELVE:

 TEL: +506 4000-0000
 FAX: +506 2215-6821

 Apartado 151-1200
 San José - Costa Rica

 800-88-SUTEL
 800-88-78835

gestiondocumental@sutel.go.cr

24 de mayo del 2018
04058-SUTEL-SCS-2018

PRIMERO: Dar por recibido y acoger el oficio 03885-SUTEL-DGC-2018 del 18 de mayo de 2018, sometido a conocimiento por parte de la Dirección General de Calidad de esta Superintendencia referente a "INFORME PARA LA EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE LA SUTEL "DERECHOS DE LOS USUARIOS" EN EL AÑO 2018, en el cual se estableció la siguiente justificación:

"(...)

CAMPAÑA PUBLICITARIA SOBRE DERECHOS DE LOS USUARIOS

La Campaña de "Derechos de los Usuarios", cuenta con varias piezas publicitarias principalmente de radio, televisión y algunos videos ampliados para uso en redes sociales o pauta digital. Estas piezas fueron contratadas en el 2015 y fueron pautas en ese mismo periodo; durante el 2018 se retomará la pauta para reforzar el tema de los derechos de los Usuarios.

JUSTIFICACIÓN

La campaña publicitaria para informar a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones sobre los derechos de los usuarios; se contrató en el año 2015 de conformidad con lo dispuesto en el artículo 46 de la Constitución Política; el artículo 60, incisos d) y e), en el artículo 73 inciso a) de la Ley de la ARESEP N° 7593; así como lo establecido el artículo 2 inciso d) y el artículo 3 de la Ley General de Telecomunicaciones N° 8642, la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL); que señalan que se debe velar por la protección a los derechos de los usuarios, principalmente porque se les brinde mayor y mejor información de forma detallada, adecuada y veraz sobre los derechos y obligaciones que rigen sus relaciones con los diferentes operadores/proveedores de servicios de telecomunicaciones, en virtud de su posición de desequilibrio en materia de consumo.

Adicionalmente el artículo 45 inciso 1) de la Ley 8642 dispone que uno de los derechos de los usuarios es "Solicitar y recibir información veraz, expedita y adecuada sobre la prestación de los servicios regulados en esta Ley y el régimen de protección del usuario final."

ALINEAMIENTO CON PLANIFICACIÓN INSTITUCIONAL

a) Plan Estratégico Institucional (PEI) 2016-2020:

El PEI SUTEL 2016-2020 establece dentro de los temas estratégicos del área de "Mercados – Regulación" lo siguiente: Actuar proactivamente en la protección y empoderamiento de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.

b) Agenda Regulatoria 2018:

Campaña de educación sobre derechos de los usuarios (Código proyecto CO012018): alineado a la prioridad estratégica de Usuarios y para ser ejecutado en el 2018. Proyecto establecido en el Plan Anual Operativo (PAO).

c) Plan de Comunicación Estratégica Institucional 2017-2018:

La campaña es parte del Plan de Comunicación Externa, en el objetivo incrementar el conocimiento sobre los usuarios de la SUTEL, así como el uso de sus herramientas y recursos durante el 2017 y 2018. En el apartado de Comunicación de Marketing y de la disciplina de publicidad.

Asimismo, está asociada a la avenida estratégica de Información y educación que consiste en brindar información de forma permanente y proactiva sobre los derechos de los usuarios y los beneficios de la SUTEL para promover el empoderamiento del usuario.

VALOR PÚBLICO

Basado en lo anterior, la SUTEL considera importante retomar esta campaña publicitaria durante el 2018, para reforzar en la población los derechos que los asisten como usuarios de los servicios de telecomunicaciones, de manera que puedan contar con más información que les permita protegerse y tomar mejores decisiones de consumo.

PRODUCTOS DISPONIBLES

Todos los productos fueron presentados de nuevo al Consejo para su valoración en la reunión de trabajo del 27 de abril de 2018.

24 de mayo del 2018
 04058-SUTEL-SCS-2018

Tema	Comerciales TV	Video Redes Sociales	Cuñas de Radio
Derechos de los usuarios *	1	1	1
Importancia de leer los contratos *	1	1	
¿Como interponer una reclamación? *	1	1	1
Registro prepago		1	1
Cuidados de Código NIP y Clave	1	1	
Homologación			1
¿Qué hace si le roban el celular?	1		
* Los comerciales que se utilizarán durante esta campaña están relacionados con la importancia de leer los contratos, Derechos de los Usuarios y Registro Prepago.			

CRONOGRAMA

Estatus y Cronograma Campaña Publicitaria sobre Derechos de los Usuarios						
Fecha			27 abril	15 junio	15 julio	30 agosto
Etapas	Contratación	Producción	Planeación	Ejecución	Ejecución	Cierre
Estado	Concluido	Concluido	-Sesión de trabajo con el Consejo.	Campaña en ejecución (Aproximadamente 45 días naturales)		

CERTIFICACIÓN DE PRESUPUESTO

La Campaña de "Derechos de los Usuarios" cuenta en las sub partidas:

- 5000-1-03-02-1-210-00000000 "Publicidad y propaganda", con \$140,539,807.00 (ciento cuarenta millones quinientos treinta y nueve mil ochocientos siete colones con 00/100), destinado para "QO-06: Campaña en medios de comunicación para empoderamiento del usuario". Se financia con Canon de Regulación.
- 5000-1-03-02-4-210-00000000 "Publicidad y propaganda", con \$39,600,000.00 (treinta y nueve millones seiscientos mil colones con 00/100), destinado para "QO-06: Campaña en medios de comunicación para empoderamiento del usuario". Se financia con Superávit. Según la certificación presupuestaria SUTEL-031-2018, elaborada por la Unidad de Finanzas de SUTEL. Adjunto documento.

PENDIENTES

Después de la contratación del Plan de medios de la campaña de derechos de los usuarios con una agencia de publicidad, quedará pendiente una reunión de trabajo con los miembros del Consejo y la Asesoría en comunicación para informar los detalles sobre las fechas de la respectiva pauta.

RIESGOS DE EJECUCIÓN DE LA PAUTA Y CUMPLIMIENTO DEL CRONOGRAMA.

Existen algunos riesgos que podrían afectar a la ejecución de la pauta y el cumplimiento del cronograma, que es importante conocer para buscar la forma de minimizarlos. Por ejemplo:

- Retrasos en la firma de autorizaciones del Presidente del Consejo para que la agencia de publicidad se encargue de colocar la pauta.
- Retrasos en la recepción de facturas proforma de la pauta que retrasen al área de Proveeduría y Servicios generales para la elaboración de órdenes de compra.
- Retraso por parte de la Administración para aprobar eventuales ajustes.

24 de mayo del 2018
04058-SUTEL-SCS-2018

SEGUNDO: Aprobar la ejecución de la campaña publicitaria sobre “*Derechos de usuarios*” promovida por la Dirección General de Calidad, para proteger y garantizar que a los usuarios se les brinde mayor y mejor información de forma detallada, adecuada y veraz sobre los derechos y obligaciones que rigen sus relaciones con los diferentes operadores/proveedores de servicios de telecomunicaciones, en virtud de su posición de desequilibrio en materia de consumo. Además, que resulta de interés institucional al formar parte del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2016-2020, Plan Anual Operativo para ser ejecutado en el 2018 y del Plan de Comunicación Estratégica Institucional 2017-2018.

TERCERO: Facultar a la señora Hannia Vega Barrantes, en su condición de Presidente del Consejo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, para que firme las cartas de autorización que las agencias de publicidad presentarán ante los medios de comunicación donde se realizarán las pautas publicitarias.

CUARTO: Solicitar a la Unidad de Proveeduría y Servicios Generales de esta Superintendencia que brinde prioridad y la agilización de los trámites administrativos, como la elaboración de órdenes de compra correspondientes a las citadas campañas de publicidad.

QUINTO: Instruir a la Dirección General de Calidad en conjunto con la Unidad de Comunicación Institucional, en la necesidad de aprobar y brindar el oportuno seguimiento del plan de medios de la campaña de derechos de usuarios.

SEXTO: Instruir a la Dirección General de Calidad a dar prioridad a esta campaña para que no exista atrasos en la ejecución de los cronogramas planificados.

**ACUERDO FIRME
NOTIFIQUESE**

La anterior transcripción se realiza a efectos de comunicar el acuerdo citado adoptado por el Consejo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, mismo que se encuentra firme. -

**Atentamente,
CONSEJO DE LA SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES**

LUIS ALBERTO
CASCANTE ALVARADO
(FIRMA)

Firmado digitalmente por LUIS
ALBERTO CASCANTE ALVARADO
(FIRMA)
Fecha: 2018.05.25 08:44:07 -06'00'

**Luis Alberto Cascante Alvarado
Secretario del Consejo**

Arlyn A.

Gestión: FOR-SUTEL-CSC-COM-CGL-00037-2018

SECCIÓN: Aprobar la ejecución de la campaña publicitaria sobre "Detectos de usuarios" promovida por la Dirección General de Calidad para proteger y garantizar que a los usuarios se les brinde mayor y mejor información de forma detallada, adecuada y veraz sobre los servicios y opciones que tienen sus relaciones con los diferentes operadores de servicios de telecomunicaciones, en virtud de su posición de desarrollador en materia de consumo. Además, que resulte en mayor información al formar parte del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2020 Plan Anual Operativo para ser ejecutado en el 2017 y del PEI de la Comisión Electoral Institucional 2017-2018.

TERCERO: Realizar a la señora Hanna Vera Barrios, en su condición de Presidente del Consejo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, para que firme las cartas de autorización que las agencias de publicidad presentarán ante las mesas de comunicación donde se realizarán las campañas publicitarias.

CUARTO: Solicitar a la Unidad de Promoción y Servicios Generales de esta Superintendencia que brinde apoyo y la agilización de los trámites administrativos, como la elaboración de órdenes de compra correspondientes a las citadas campañas de publicidad.

QUINTO: Incluir a la Dirección General de Calidad en conjunto con la Unidad de Comunicación Institucional, en la ejecución de la campaña y brindar el oportuno seguimiento del plan de medios de la campaña de detección de usuarios.

SEXTO: Incluir a la Dirección General de Calidad a dar prioridad a esta campaña para que no exista retraso en la ejecución de los cronogramas planteados.

ACORDO FIRME
NOTIFÍQUESE

La presente resolución se realiza a efectos de cumplir el acuerdo adoptado por el Consejo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, respecto que se encuentran:

ALISTAMIENTO
CONSEJO DE LA SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

DISPUESTO
CAROL MONTE
PRESIDENTE
Luis Alberto Castañeda Alvarado
Secretario del Consejo

Atentamente
Luis Alberto Castañeda Alvarado
Secretario del Consejo

18 mayo de 2018
03885-SUTEL-DGC-2018

Señores y señoras:

Hannia Vega
Manuel Emilio Ruiz
Gilbert Camacho
Consejo SUTEL

Ivania Morales
Asesora del Consejo

INFORME PARA LA EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE LA SUTEL "DERECHOS DE LOS USUARIOS" EN EL AÑO 2018

Estimados señores y señoras:

Las funciones asignadas a la Unidad de Comunicación Institucional de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL) en el Reglamento Interno de Organización y Funciones de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos y su Órgano Desconcentrado (RIOF), establecen en su artículo 38 lo siguiente:

"(...)

2. *Asesorar al Consejo de la Sutel y al resto de la organización en sus acciones de comunicación interna y externa.*

3. *Formular y proponer los programas de comunicación de la Sutel.*

"(...)

8. *Proponer el diseño y elaboración de carteles, folletos, audiovisuales, videos promocionales, y en general los elementos tendientes a difundir las actividades de la Sutel.*

9. *Apoyar en la logística para la realización de eventos, giras de trabajo y campañas promocionales que lleve a cabo la Sutel. (...)"*

A su vez, el acuerdo 03-003-2018 del Consejo de SUTEL del 22 de enero del 2018, que indica que:

"Campañas publicitarias: toda contratación administrativa relacionada con campañas publicitarias deberá ser aprobada por el Consejo de la SUTEL previo visto bueno de la Asesoría de comunicación estratégica".

Dado que se propone al Consejo aprobar la ejecución de la campaña publicitaria institucional sobre los "Derechos de los Usuarios", la Unidad de Comunicación Institucional suscribe en conjunto con la Dirección General de Calidad, el presente oficio donde se detalla la información que se propone divulgar durante este año.

18 mayo de 2018
03885-SUTEL-DGC-2018

1. Antecedentes

1.1. El plan de publicidad institucional de la SUTEL está programado para arrancar a partir del 15 de junio del año en curso, debido a la veda publicitaria en las instituciones públicas con motivo de la campaña electoral, que se extendió desde el 5 de octubre de 2017 hasta el 1 de abril del 2018.

1.2. En el año 2018 se planificó la ejecución de tres campañas publicitarias por parte del órgano regulador, presupuestadas por las Direcciones de Calidad con la campaña de "Derechos de los Usuarios", la Dirección de Mercados con la herramienta "Mi comparador" y el Fondo Nacional de Telecomunicaciones (FONATEL) con una campaña de "Ciberseguridad". Los recursos económicos para ejecutar estas campañas fueron aprobados por el Consejo de la SUTEL a cada Dirección en el presupuesto de 2018 (ACUERDO 013-069-2017).

1.3. El cronograma de las campañas publicitarias de la SUTEL fue conocido y discutido por el Consejo durante una sesión de trabajo el viernes 27 de abril de 2018, en la que participaron los señores: Hannia Vega, Manuel Emilio Ruiz, Eduardo Castellón, Ivannia Morales y Leonardo Steller.

1.4. En el siguiente cuadro se observa el cronograma publicitario, propuesto por la Unidad de Comunicación Institucional, que rige del 15 de junio hasta el 7 de diciembre del año en curso.

Programación de pauta publicitaria SUTEL 2018						
Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Derechos Usuarios	Comparador		Ciberseguridad		
	15 de junio –30 julio	1 agosto – 15 octubre		16 octubre – 7 diciembre		
<i>-Estas fechas son aproximadas, podrían variar dependiendo de los procesos de contratación y espacio en los medios de comunicación. (Aproximadamente 170 días de pauta)</i>						

1.5. La siguiente información corresponde al presupuesto de cada Dirección General para la ejecución de cada campaña publicitaria, de estos montos se paga la producción de las piezas publicitarias y la pauta en los medios de comunicación colectiva.

Dirección	Calidad	Mercados	FONATEL	TOTAL
Campaña	Derechos de los Usuarios	Mi comparador	Ciberseguridad	₡361.574.807,00
Presupuesto	₡180,139,807.00	₡175.000.000,00	₡6,435,000.00	

1.6. La campaña de los Derechos de los Usuarios originalmente cuenta con ₡180,139,807.00 solamente destinados para pauta publicitaria. La producción de este

18 mayo de 2018
03885-SUTEL-DGC-2018

material se realizó en el año 2015, por lo que durante este año la SUTEL solamente estaría reprogramando la pauta.

1.7. En las otras dos campañas aún no se ha empezado la producción, por lo que hay que restar los costos relativos a este proceso. En el caso de la campaña "Mi comparador" el promedio del estudio de mercado realizado con cotizaciones de tres empresas fue de ₡17.577.733,00 (diecisiete millones quinientos setenta y siete setecientos treinta y tres colones); mientras que la campaña publicitaria de Ciberseguridad fue adjudicada en el 2016 al Consorcio B B Consultores Artavia y Crew Nosotros Films S.A. por un monto de ₡20.850.000 (veinte millones ochocientos cincuenta mil colones) y está pendiente de ejecución.

1.8. La SUTEL contempla para todas sus campañas publicitarias la obligación de pautar el 10% del dinero destinado para pauta en el Sistema Nacional de Radio y Televisión (SINART), tal y como lo establece el artículo 19 de la Ley Orgánica del SINART N°8346.

2. Campaña publicitaria sobre "Derechos de los Usuarios"

2.1. Descripción de la campaña

La Campaña de "Derechos de los Usuarios", cuenta con varias piezas publicitarias principalmente de radio, televisión y algunos vídeos ampliados para uso en redes sociales o pauta digital. Estas piezas fueron contratadas en el año 2015 y fueron pautas en ese mismo periodo; durante el 2018 propone retomar la pauta para reforzar el tema de los derechos de los Usuarios. Cabe señalar que, el contenido de estas piezas publicitarias, se encuentran disponibles la página Web institucional sobre los derechos de los usuarios <http://sutel.go.cr/pagina/derechos-de-usuarios>.

2.2. Justificación

La campaña publicitaria para informar a los usuarios de los servicios de telecomunicaciones sobre los derechos de los usuarios; se contrató en el año 2015 de conformidad con lo dispuesto en el artículo 46 de la Constitución Política; el artículo 60, incisos d) y e), en el artículo 73 inciso a) de la Ley de la Autoridad Reguladora de los Servicios Públicos N°7593; así como lo establecido el artículo 2 inciso d) y el artículo 3 de la Ley General de Telecomunicaciones N°8642, que señalan que se debe velar por la protección a los derechos de los usuarios, principalmente porque se les brinde mayor y mejor información de forma detallada, adecuada y veraz sobre los derechos y obligaciones que rigen sus relaciones con los diferentes operadores/proveedores de servicios de telecomunicaciones, en virtud de su posición de desequilibrio en materia de consumo.

Adicionalmente, el artículo 45 inciso 1) de la Ley N°8642 dispone que uno de los derechos de los usuarios es "Solicitar y recibir información veraz, expedita y adecuada sobre la prestación de los servicios

18 mayo de 2018
03885-SUTEL-DGC-2018

regulados en esta Ley y el régimen de protección del usuario final", lo cual es desarrollado en el Reglamento sobre el Régimen de Protección al Usuario Final, en sus artículos 13, 14, 23, entre otros.

3. Alineamiento con la Planificación Institucional

La campaña informativa sobre los derechos de los usuarios está alineada con los siguientes insumos a nivel institucional:

3.1. Plan Estratégico Institucional (PEI) 2016-2020

El PEI SUTEL 2016-2020 establece dentro de los temas estratégicos del área de "Mercados – Regulación" lo siguiente: *Actuar proactivamente en la protección y empoderamiento de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones.*

3.2. Agenda Regulatoria 2018

Campaña de educación sobre derechos de los usuarios (Código proyecto CO012018); alineado a la prioridad estratégica de Usuarios y para ser ejecutado en el 2018. Proyecto establecido en el Plan Anual Operativo (PAO).

3.3. Plan de Comunicación Estratégica Institucional 2017-2018:

La campaña es parte del Plan de Comunicación Externa, en el objetivo referente a incrementar el conocimiento sobre los usuarios de la SUTEL, así como el uso de sus herramientas y recursos durante el 2017 y 2018. En el apartado de Comunicación de Marketing y de la disciplina de publicidad.

Asimismo, está asociada a la avenida estratégica de Información y educación, que consiste en brindar información de forma permanente y proactiva sobre los derechos de los usuarios y los beneficios de la SUTEL para promover el empoderamiento del usuario:

4. Valor público

Basado en lo anterior, se considera importante retomar esta campaña publicitaria durante el 2018, para reforzar en la población los derechos que los asisten como usuarios de los servicios de telecomunicaciones, de manera que puedan contar con más información que les permita protegerse y tomar mejores decisiones de consumo.

5. Productos disponibles

Todos los productos fueron presentados de nuevo al Consejo para su valoración en la reunión de trabajo del 27 de abril de 2018.

18 mayo de 2018
 03885-SUTEL-DGC-2018

Tema	Comerciales TV	Video Redes Sociales	Cuñas de Radio
Derechos de los usuarios *	1	1	1
Importancia de leer los contratos *	1	1	
¿Como interponer una reclamación? *	1	1	1
Registro prepago		1	1
Cuidados de Código NIP y Clave	1	1	
Homologación			1
¿Qué hace si le roban el celular?	1		

* Los comerciales que se utilizarán durante esta campaña están relacionados con la importancia de leer los contratos, Derechos de los Usuarios y Registro Prepago.

6. Cronograma

Estatus y Cronograma Campaña Publicitaria sobre Derechos de los Usuarios						
Fecha			27 abril	15 junio	15 julio	30 agosto
Etapa	Contratación	Producción	Planeación	Ejecución	Ejecución	Cierre
Estado	Concluido	Concluido	-Sesión de trabajo con el Consejo.	Campaña en ejecución (Aproximadamente 45 días naturales)		

7. Certificación presupuestaria

La Campaña de "Derechos de los Usuarios" cuenta en las sub partidas:

- 5000-1-03-02-1-210-00000000 "Publicidad y propaganda", con ¢140,539,807.00 (ciento cuarenta millones quinientos treinta y nueve mil ochocientos siete colones con 00/100), destinado para "QO-06: Campaña en medios de comunicación para empoderamiento del usuario". Se financia con Canon de Regulación.
- 5000-1-03-02-4-210-00000000 "Publicidad y propaganda", con ¢39,600,000.00 (treinta y nueve millones seiscientos mil colones con 00/100), destinado para "QO-06: Campaña

18 mayo de 2018
03885-SUTEL-DGC-2018

en medios de comunicación para empoderamiento del usuario". Se financia con Superávit. Según la certificación presupuestaria SUTEL-031-2018, elaborada por la Unidad de Finanzas de SUTEL. Adjunto documento.

8. Pendientes

Después de la contratación del Plan de medios de la campaña de derechos de los usuarios con una agencia de publicidad, quedará pendiente una reunión de trabajo con los miembros del Consejo y la Asesoría en comunicación para informar los detalles sobre las fechas de la respectiva pauta.

9. Riesgos de ejecución de la pauta y cumplimiento del cronograma

Existen algunos riesgos que podrían afectar la ejecución de la pauta y el cumplimiento del cronograma, que es importante conocer para buscar la forma de minimizarlos. Por ejemplo:

- a) Retrasos en la firma de autorizaciones del presidente del Consejo para que la agencia de publicidad se encargue de colocar la pauta.
- b) Retrasos en la recepción de facturas proforma de la pauta que retrasen al área de Proveeduría y Servicios generales para la elaboración de órdenes de compra.
- c) Retraso por parte de la Administración para aprobar eventuales ajustes.

10. Requerimientos

- a) Agilizar la firma de cartas de autorización a la agencia de publicidad que colocará la pauta comercial.
- b) Urgir al área de Proveeduría y Servicios generales para dar prioridad y agilizar los trámites administrativos como la elaboración de órdenes de compra.
- c) Instruir a las Direcciones Generales de Calidad y Operaciones en la necesidad de revisar y responder de manera expedita el proceso de contratación y sus eventuales consultas, apelaciones o aclaraciones.

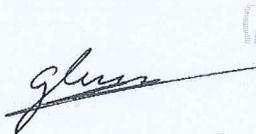
18 mayo de 2018
03885-SUTEL-DGC-2018

- d) Dar prioridad a nivel institucional a esta campaña para que no exista atrasos en la ejecución de los cronogramas planificados.

Con base en lo anterior se somete a aprobación del Consejo la ejecución de la campaña "Derechos de los Usuarios"

Atentamente,

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

 **GLENN FALLAS**
FALLAS
(FIRMA)

Glenn Fallas Fallas
Director General de Calidad

EDUARDO
CASTELLON
RUIZ (FIRMA)

Firmado digitalmente por
EDUARDO CASTELLON
RUIZ (FIRMA)
Fecha: 2018.05.21
08:44:04 -06'00'

Eduardo Castellón
Unidad de Comunicación Institucional
Apoyo Técnico

Exp: 2015LA-000005-SUTEL



18 mayo de 2018
0388-GUIA-DGO-2018

Con base en lo anterior se somete a aprobación del Consejo la ejecución de la campaña "Derechos de los Usuarios".
Con base en lo anterior se somete a aprobación del Consejo la ejecución de la campaña de gestión de los cronogramas planificados.

Superintendencia de Telecomunicaciones
Atentamente

GLENIFALLAS
FALLAS
(PRIMA)

Glenn Fallas Fallas
Director General de Calidad

EDUARDO
CASTILLO
RUIZ (PRIMA)

Edúardo Castillón
Unidad de Comunicación Institucional
Apoyo Técnico

Exp: 20-21-A-00066-GUETJ

17 julio de 2018
05731-SUTEL-COM-2018

Señor:
Juan Carlos Sáenz
Jefe Proveduría SUTEL

ASUNTO: FACTURAS PROFORMA PARA ELABORACIÓN DE ÓRDENES DE COMPRA DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA DE LA HERRAMIENTA “MI COMPARADOR” EN EL AÑO 2018

Estimado señor:

Basado en el acuerdo **012-030-2018**, del Consejo de la SUTEL, hacemos de su conocimiento que la pauta de la Campaña Publicitaria sobre la herramienta “Mi Comparador” empezará a pautarse a partir del 1 de agosto del 2018, según lo estipulado en el Plan de Medios elaborado por la empresa 4AM Saatchi & Saatchi.

Basado en que la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUTEL), cumple con lo dispuesto en el del inciso c) del art. 131 del Reglamento de la Contratación Administrativa, que dice:

“Medios de comunicación social: La contratación directa de medios de comunicación social para la difusión de mensajes relacionados con la gestión institucional. En estos casos se deberá realizar un plan en el cual se definan las pautas generales a seguir para la selección de los medios, atendiendo al público meta, necesidades institucionales y costos. La contratación de agencias de publicidad deberá realizarse por los medios de contratación ordinarios”.

Este Plan de Medios define las pautas generales a seguir para la contratación de los medios de comunicación, atendiendo al público meta, necesidades institucionales y costos de ejecución de la Campaña Publicitaria. (Adjunto Plan de Medios correspondiente al primer mes)

Con base en lo anterior, solicito a la Proveduría, confeccionar las Órdenes de Compra, respectivas al mes de agosto, de acuerdo con el Plan de Medios contratado y distribuidas de la siguiente forma:

17 julio de 2018
05731-SUTEL-COM-2018

Campaña Publicitaria sobre la herramienta "Mi Comparador" agosto 2018	
REPRETEL	7,612,848
TELETICA	14,368,860
Pauta Digital / 4AM Saatchi & Saatchi **	6,150,000
CDR EXA	2,000,100
CDR LA MEJOR	2,054,280
CDR DISNEY	2,000,040
COLUMBIA DEPORTES	2,000,000
COLUMBIA PROGRAMAS	1,500,000
RADIO SINFONOLA	2,000,000
RADIO BÉSAME	1,999,985
RADIO DOS	2,000,000
RADIO BAHÍA PUNTARENAS 107.9	400,000
RADIO 88 STEREO 88.7	400,000
RADIO SANTA CLARA 550 AM	400,000
RADIO CASINO 98.3	400,000
TIGO	2,268,112
PUBLIMEDIA	9,456,796
CABLETICA TD+	289,845
CABLETICA	1,717,171
SINART	5,784,492
TOTAL	64,802,529
<p><i>**Es importante aclarar que la factura proforma de la pauta digital sale a nombre de la empresa 4AM Saatchi & Saatchi, encargada de ejecutar la pauta, porque para colocar anuncios en redes sociales y en la plataforma de Google, solo se puede pagar por medio de tarjeta de crédito y la institución no cuenta con este medio de pago por lo que se requiere la colaboración de un tercero.</i></p>	

Los medios de comunicación detallados en el Plan de Medios enviarán de forma mensual las facturas proforma a SUTEL, para la elaboración de las órdenes de compra correspondientes al mes siguiente.

El Plan de Medios está diseñado para un periodo de campaña de: mes y medio a partir del 1 de agosto y hasta el 15 de octubre del 2018 y justifica la inversión, públicos meta y necesidades institucionales.

17 julio de 2018

05731-SUTEL-COM-2018

Los recursos económicos para esta Campaña Publicitaria están sub programa Dirección General de Mercados (400), en la sub partida:

- 5000-1-03-02-1-400-00000000 "Publicidad y propaganda", es de ¢175,000,000.00 (ciento setenta y cinco millones de colones con 00/100), los cuales están destinados para "Campaña publicitaria para divulgar el Sistema de información de precios para los servicios de telecomunicaciones (M-4,2017)". Los recursos se encuentran financiados con Canon de Regulación.

Los recursos se reservan por un total de ¢175,000,000.00 (ciento setenta y cinco millones de colones con 00/100), mediante el siguiente número de provisión presupuestaria: 1144. (Adjunto Certificación)

Adjunto las facturas proforma enviadas por los medios de comunicación correspondientes a la pauta del primer mes, con el propósito de que se puedan generar las respectivas órdenes de compra. Este proceso se repetirá todos los meses hasta finalizar la ejecución de la campaña, que de ser necesario para los intereses de la institución se puede suspender en el momento que se desee.

Sin otro particular,

Atentamente,

SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

EDUARDO
CASTELLON
RUIZ (FIRMA)

Firmado digitalmente por
EDUARDO CASTELLON
RUIZ (FIRMA)
Fecha: 2018.07.17 15:39:55
-06'00'

Eduardo Castellón
Unidad de Comunicación

CYNTHIA ARIAS
LEITON (FIRMA)

Firmado digitalmente por
CYNTHIA ARIAS LEITON (FIRMA)
Fecha: 2018.07.17 15:57:17
-06'00'

CinthyA Arias
Jefa Dirección General de Mercados

SUTEL-020-2018

**DIRECCIÓN GENERAL DE OPERACIONES
UNIDAD DE FINANZAS**

El suscrito hace constar que el saldo de presupuesto disponible del período 2018, para el sub programa Dirección General de Mercados (400), en la sub partida:

- 5000-1-03-02-1-400-00000000 "Publicidad y propaganda", es de $\text{¢}175,000,000.00$ (ciento setenta y cinco millones de colones con 00/100), los cuales están destinados para "Campaña publicitaria para divulgar el Sistema de información de precios para los servicios de telecomunicaciones (M-4,2017)". Los recursos se encuentran financiados con Canon de Regulación.

Los recursos se reservan por un total de $\text{¢}175,000,000.00$ (ciento setenta y cinco millones de colones con 00/100), mediante el siguiente número de provisión presupuestaria: 1144.

Esta constancia se genera para el proceso de contratación de "Campaña publicitaria para divulgar el Sistema de información de precios para los servicios de telecomunicaciones (M-4,2017)".

Se extiende a los 19 días del mes de marzo del año 2018, a solicitud de la Dirección General de Mercados.

Atentamente,
SUPERINTENDENCIA DE TELECOMUNICACIONES

Edén Jiménez Seas
Profesional 5 Unidad de Finanzas
Elaborado

Mario Campos Ramírez
Jefe Unidad de Finanzas
Revisado

(EJS)

TEL.: +506 4000-0000
FAX: +506 2215-6821

Apartado 151-1200
San José - Costa Rica

800-88-SUTEL
800-88-78835

gestiondocumental@sutel.go.cr

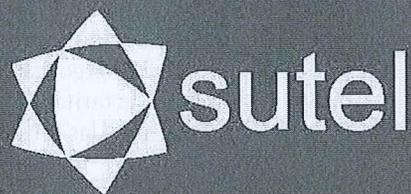
000018

Plan de Medios

2018

Campaña "Mi Comparador"

Elaborado por 4AM Saatchi & Saatchi



**Este plan de inversión en pauta puede variar de acuerdo a las necesidades del cliente o cambios en el rating de los medios.*



ESTRATEGIA DE MEDIOS MASIVOS
CONTRATACIÓN DIRECTA 2018CD - 000018-0014900001

Período de Plan: 1 de agosto al 15 de octubre, 2018.

Materiales: TV y Radio 30 segundos. 1 diseño para trasera de bus.

TELEVISIÓN:

Herramienta: TVData.

Datos más recientes utilizados en la medición: Mayo 2018.

Target: Personas 18 - 99 años, todos los NSE.

Se seleccionaron los medios y los programas que combinados, lograran los siguientes objetivos:

1. Que cada programa aportara marginalmente al alcance o a la frecuencia de la campaña, de manera que ningún programa no contribuyera a los objetivos propuestos. Estos aportes pueden visualizarse en la pestaña PreCompra Agosto, Pre compra Setiembre y Pre compra Octubre según el mes que corresponda.
2. Que en el conjunto mensual de programas seleccionados, el costo por punto de rating resultante de los mismos no fuera superior a 150.000 colones* en agosto y setiembre, y de 170.000 en octubre estimando un aumento de tarifas que todavía no ha sido comunicado por los medios.
3. Que impactáramos al menos al 55% del target un promedio de 3 veces.

*Estos 150.000 colones corresponden al costo máximo que debiera tener una compra en el target indicado por el cliente, tanto en TV abierta como en Canal 13.

Estas variables, arrojaron una asignación de presupuesto a televisión del 52%.

La distribución por Canal, es una asignación resultante de los objetivos que se fijaron en el sistema, sin embargo, contempla tres géneros muy importantes que componen el 80% de la audiencia de televisión nacional: noticias, programas en vivo y novelas.

Dado que la medición de televisión disponible en Costa Rica no contempla los sistemas de cable, la selección de canales se basa en el EGM como medio de referencia, y considerando un paquete de canales multigénero garantizando así alcanzar a la mayor cantidad de audiencia posible. De ahí que convivan en un mismo paquete Discovery Channel y ESPN, o TD+ y Warner en el caso de Cable Tica.

Recomendación: dado que los datos de audiencia se entregan cada mes, sugiero recalcular los datos de Costo por Punto de Rating, Alcance y Frecuencia de los planes de setiembre y octubre, una vez que tengamos los datos más recientes, de esta manera, podríamos descartar o incluir programas que mejoren los resultados de exposición a la campaña.

Por otra parte, las tarifas del plan de octubre están calculados pensando en un aumento de tarifas a partir del 1 de ese mes, sin embargo, este dato es una estimación, ya que los canales no publicado el dato definitivo de aumento de tarifas. Por esto, los montos de los planes de octubre están sujetos a variación una vez que tengamos las tarifas definitivas.

RADIO:



Herramienta: EGM.

Datos más recientes utilizados en la medición: 1er Ola 2018. Período: Enero – Marzo.

Target: Personas 18 – 99 años, todos los NSE.

En la primera versión del plan de medios presentada el 6 de julio se incluyeron las mejores emisoras de cobertura nacional, según el EGM procurando algunos objetivos:

1. Planes Multigénero de manera que aseguremos cubrir a la mayor cantidad de personas.
2. Costo por Millar entre ₡8.000 y ₡14.000 colones máximo.
3. Que ocupara al menos el tercer lugar en datos acumulados, en todas las zonas de planificación definidas por el EGM. (Región Central, Chorotega, Brunca, Pacífico Central, Huetar Norte y Atlántica)

El cambio que solicitó el cliente a este plan de medios era incluir emisoras rurales a la campaña. Por lo cual, seleccionamos en el EGM la primera emisora rural de cada una de las zonas de planificación, de esta manera, eliminamos del plan la emisora menos favorecida a nivel nacional, para incluir las siguientes: Cultural Nicoyano (Región Chorotega), Bahía Puntarenas (Pacífico Central), 88 Stereo (Región Brunca), Santa Clara (Huetar Norte) y Casino (Atlántica).

TRASERAS DE BUSES:

Este medio exterior móvil, nos da alcance y amplia cobertura geográfica a la campaña. Recomendamos un total de 46 traseras de buses que viajan en las rutas más transitadas de la capital y a las cabeceras de provincia. (Rutas a seleccionar por el cliente) Se hacen contrataciones de meses completos, por lo que estaremos durante agosto y setiembre.

Los buses circulan entre 20 y 24 horas diarias, por lo que para que la trasera también sea un medio visible en la noche, recomendamos iluminar la trasera con material reflectivo en ciertas zonas (hasta 1 metro), de manera que el mensaje pueda ser transmitido aún en las horas de oscuridad.



Racional Digital

Campaña Mi comparador

**4AM
SAATCHI & SAATCHI**

000021

000021

Facebook

Facebook se posiciona como la red social con mayor alcance a nivel mundial, en Costa Rica el 91 % de los usuarios se conecta a través de móviles y en promedio los usuarios se conectan cada 15 minutos.

La encuesta de Unimer para El Financiero, realizada entre cibernautas de la GAM de 12 a 75 años, evidenció que un 45 % de los ticos ingresan al menos una vez al día a las redes sociales, donde el público más activo se encuentra entre los 18 a 34 años.

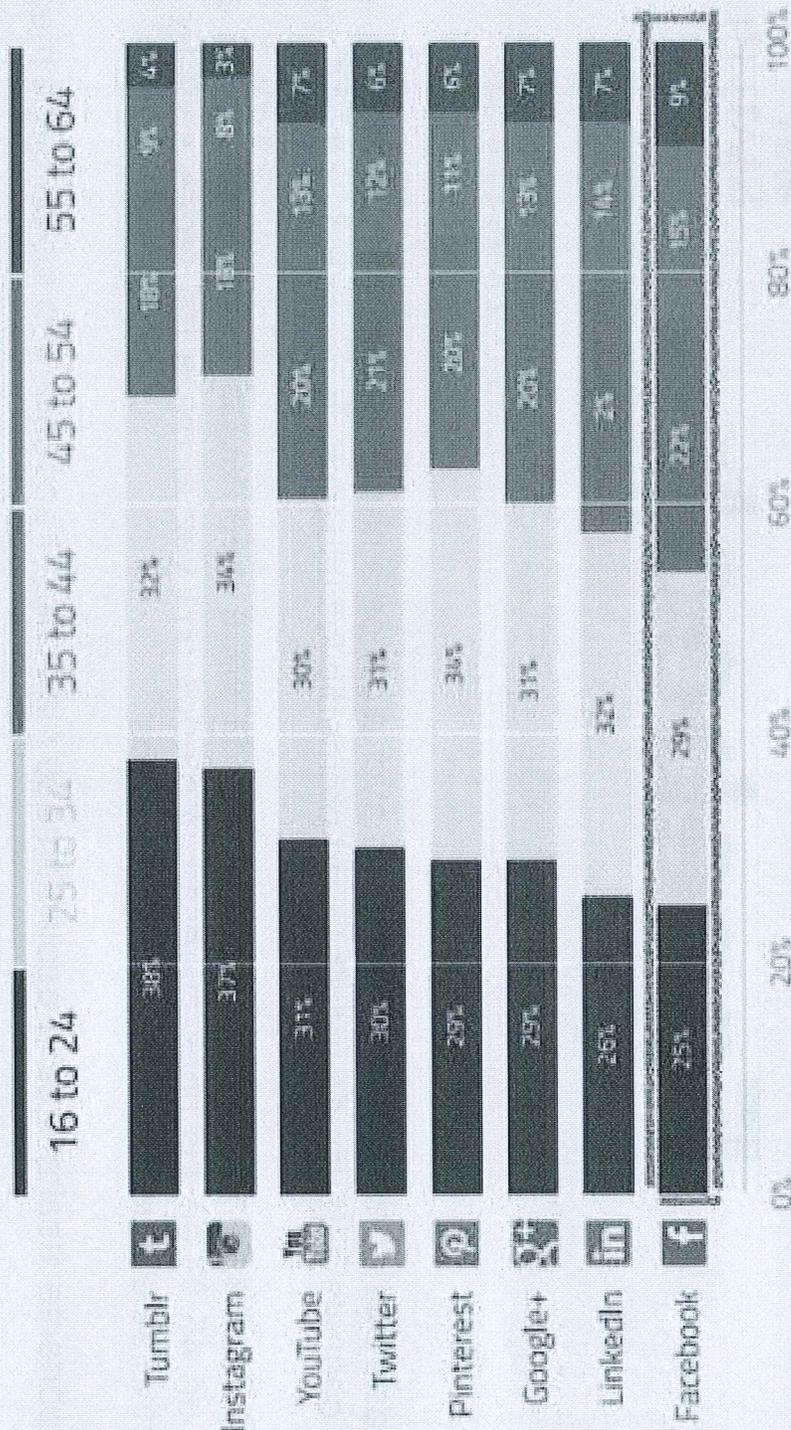
Además, es importante resaltar que la población que más utiliza Facebook son los de clase media a alta.

En Costa Rica particularmente es la red social con mayor crecimiento en el país, donde el 33 % de los usuarios buscan información principalmente a través de esta plataforma.

Segmento demográfico que utiliza más las red social Facebook

Fuente: Global Index Web

Active Users of the Top Social Platforms, by Age



Modelos de Compra

Alcance : muestra tu anuncio a personas que vivan cerca de tu empresa o en la zona que la rodea.

Interacción: llega al mayor número posible de personas y fomenta la interacción con tu anuncio.

CONTRA

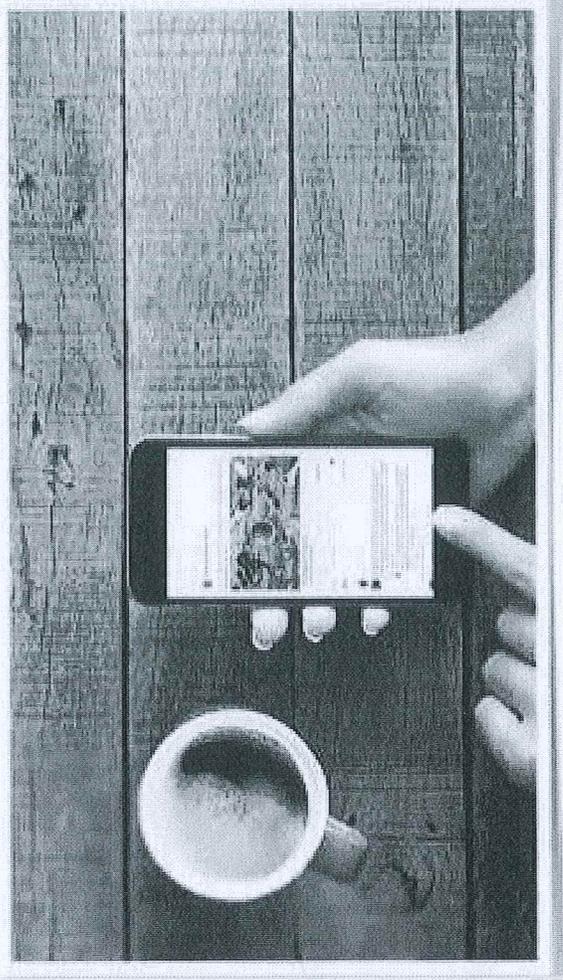
SAATCHI & SAATCHI

Canvas

El formato Canvas es un anuncio exclusivo para dispositivos móviles, este tipo de anuncio busca una experiencia al usuario por medio de los anuncios de pantallas completas. Se utilizan para mostrar los productos, destacar la marca o incentivar las compras en dispositivos móviles. Se pueden publicar como una foto o video.

El proceso radica cuando un usuario ingresa a la plataforma Facebook y al navegar se ve expuesto al anuncio de canvas, el cual crea una experiencia al usuario mediante el anuncio de pantalla completa permitiéndole redirigirse a la página de destino de selección por el anunciante.

- Formato disponible para móviles (Android-IOS)
- 100% Móviles Canvas imagen y video.
- Se contabiliza por medio de clicks en la página de destino.

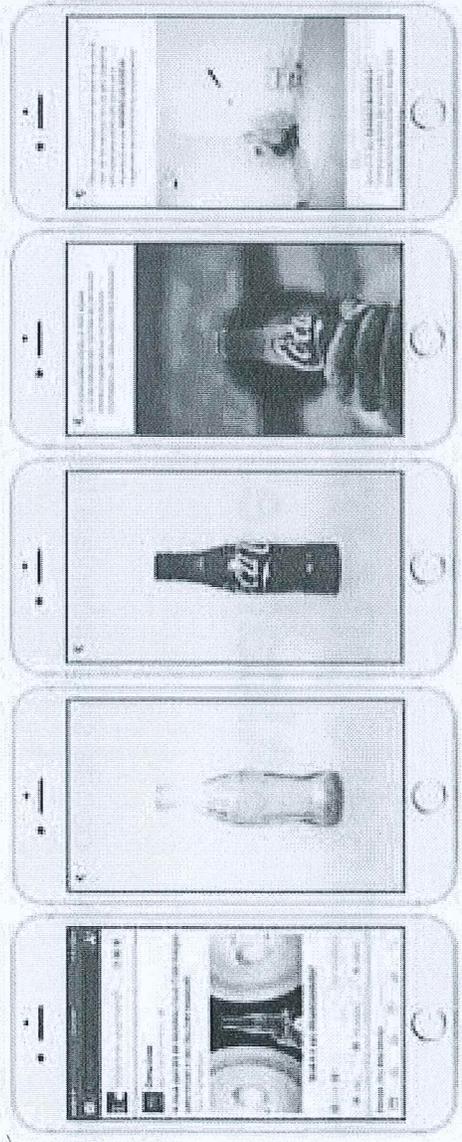


Distribución

000026

Canvas	Total de Clicks
Agosto	1428
Setiembre	1428
Octubre	715

Canvas Ad

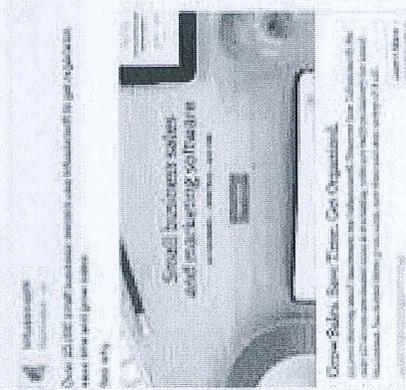


000053

Pauta en Banners por medio de objetivo Alcance.

Formato de alcance al público objetivo, donde se segmenta a las personas que tengan mayor afinidad al producto.

Modelo	Versión	Personas alcanzadas Agosto	Personas alcanzadas Setiembre	Personas alcanzadas Octubre	Personas alcanzadas en total
Alcance	Mi comparador	8333	8333	5333	22000



Diagrama

Pauta en Banners por medio de objetivo Interacción.

Interacción: Número total de acciones que las personas llevan a cabo en relación con tus anuncios

La interacción con la publicación indica que los anuncios son relevantes para tu público objetivo, lo que ayuda a mejorar su rendimiento. Cuando las personas ven anuncios que les resultan relevantes, la probabilidad de interactuar con ellos es mayor. Este resultado te permite medir dichas interacciones y compararlas con las de otros anuncios o campañas.

Modelo	Versión	Interacción Junio	Interacción Julio	Interacción Agosto	Interacciones totales
Interacción	Mi comparador	1562	1562	876	4000

Conversiones al sitio web

Aumento de las visitas y registro al sitio web establecido, con los anuncios de conversión en el sitio web puedes animar a las personas a visitar tu sitio web y llevar a cabo una acción.

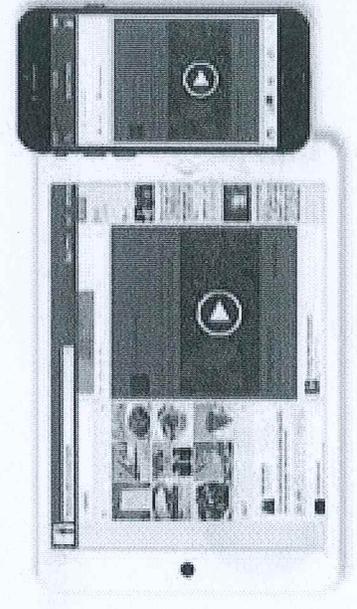
Modelo	Versión	Clicks Agosto	Clicks Setiembre	Clicks Octubre	Clicks totales
Conversiones al sitio web	Mi comparador	2285	2285	1144	5714



Pauta de videos en Facebook

Pauta de videos en facebook mediante interacción que se redireccione a la página web.

Modelo	Versión	Reproducciones Agosto	Reproducciones Setiembre	Reproducciones Octubre	Total de reproducciones
Video	Mi computador	3600	3600	2400	9600



Google

Se trata de un conjunto de más de dos millones de sitios web, videos y aplicaciones donde pueden aparecer los anuncios.

Es importante mencionar que Costa Rica es el país centroamericano con mayor acceso a internet, donde el 85% de la población navegan por la web de google, mostrando una hegemonía en sus actividades de búsqueda, navegadores y sistemas operativos móviles.

La posición de poder de Google también replica en el mercado de la publicidad digital, según previsiones de eMarketer para este año las plataformas con mayor liderazgo son Facebook y Google, repartiendo el 60% a nivel global.

Entre el segmento que utiliza más google se encuentran hombres y mujeres entre 18 a 34 años, sin embargo al ser el navegador web más utilizado a nivel mundial, es utilizado por todas las edades.

Google



Modelos de compra

Display: La publicidad display constituye un formato publicitario online en el que el anuncio (conocido generalmente como banner y formado por texto, imagen, audio, e incluso vídeo) se muestra en una página web de destino, por lo general presentado en la parte superior o lateral de la misma.

True View: Los anuncios de vídeo TrueView dan a los usuarios de YouTube la posibilidad de elegir qué anuncios de vídeo quieren ver y cuándo lo quieren hacer, con lo que no pagará por visualizaciones no deseadas.

Descarga Universal de Aplicaciones. Los anuncios de descarga universal de aplicaciones tiene como objetivo la instalación de la aplicación, donde se hace efectiva la pauta únicamente cuando se realiza la instalación.

Red Display

La Red de Display de Google está diseñada para ayudarte a encontrar la audiencia adecuada. Sus opciones de segmentación te permiten mostrar tu mensaje de forma estratégica a clientes potenciales en el lugar y el momento adecuados.

Modelo	Versión	Clicks Agosto	Clicks Setiembre	Clicks Octubre	Total de clicks
Display	Mi comparador	4000	4000	2800	10800



Google Search

Los anuncios de texto de la red de búsqueda se muestran encima o debajo de los resultados de la Búsqueda de Google. Un anuncio de texto en la Búsqueda de Google es el anuncio en línea más simple que ofrece AdWords. Se compone de tres partes: un título, una URL visible y una descripción.

Modelo	Versión	Clicks Agosto	Clicks Setiembre	Clicks Octubre
Searchs	Mi comparador	1481	1851	1297

Seguro integral: protéjase a bajo costo

[Anuncio] www.example.com/seguro

Obtenga un seguro asequible y confiable. Y consiga un 10% de descuento en todas las cotizaciones en línea.

Título

URL visible

Descripción

TrueView

000035

Los anuncios de vídeo TrueView in-stream pueden aparecer en las páginas de visualización de YouTube, así como en vídeos de otros sitios web y en aplicaciones de partners de la Red de Display

Modelo	Versión	Vistas Agosto	Vistas Setiembre	Vistas Octubre	Total de vistas
--------	---------	---------------	------------------	----------------	-----------------

TrueView

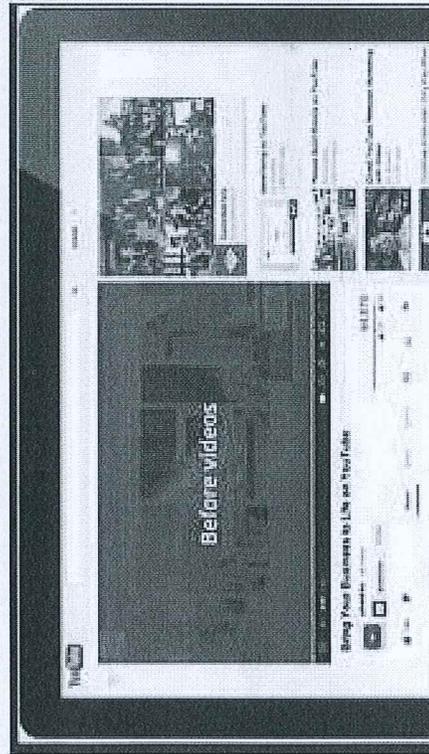
Mi comparador

3333

3333

1667

8333



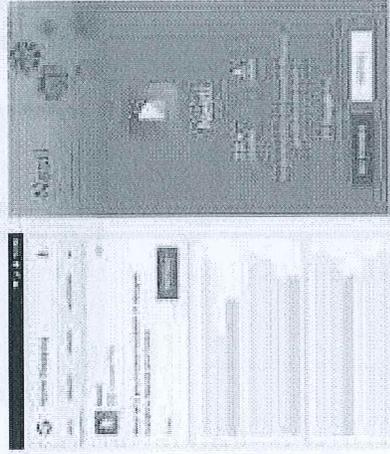
000035

Aplicaciones

Este tipo de anuncio incentiva la descarga de la aplicación, por medio de la red display (más de 2 millones de sitios web) Google Play, YouTube, y red de búsqueda de Google, donde se alcanza una cantidad significativa de personas y solamente se cobra cuando la persona realiza la acción en este caso la descarga de la aplicación.

Se realiza la segmentación por medio de intereses, temas, edad, en este caso solo se mostrara a personas que habitan en el territorio costarricense.

Modelo	Version	Descargas Agosto	Descargas Setiembre	Descargas Octubre	Total de descargas
Descargas Google	Mi comparador	105	105	70	280



El procedimiento inicia cuando un usuario se ve expuesto al anuncio de la descarga universal de aplicaciones al hacerle clic al anuncio se redirecciona a la página de destino, pero solamente se contabilizara cuando la persona descargue la aplicación.



Spotify

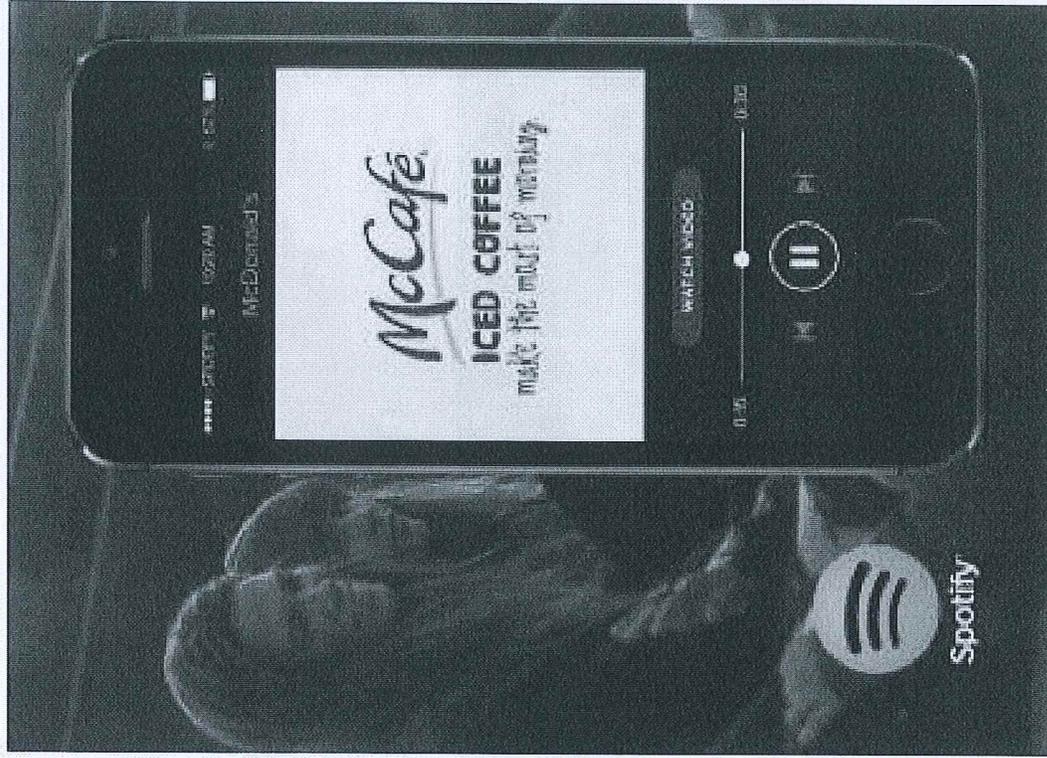
Spotify es una popular aplicación multiplataforma empleada para la reproducción de música mediante streaming disponible en todos los sistemas operativos y también en versión web para navegadores, la plataforma se encuentra disponible en 25 países y cuenta con 26 millones de usuarios registrados

Audio: Formato compuesto por cuña de radio, imagen de portada y título clickable, la cuña tiene una duración de 15 a 20 segundos y se muestran en software de escritorio, reproductor web, móvil y tablet.

Modelo	Versión	Reproducciones Agosto	Reproducciones Setiembre	Reproducciones Octubre	Total de reproducciones
Spotify audio y banner	Mi comparador	5161	5161	2581	12903

Ejemplo

000039



000039

000039

000039

RESUMEN DE INVERSION

Medio	Inversión
TV Agosto	32,041,328
TV Setiembre	31,765,299
TV Octubre	20,932,954
Radio Agosto	17,554,405
Radio Setiembre	17,500,345
Radio Octubre	6,996,401
Traseras Agosto	9,456,796
Traseras Setiembre	9,456,796
Digital	16,190,000
Total	161,894,324

10% inversión

Sinart	16,189,994
--------	------------

Empresa: Saatchi & Saatchi
 Ciudad: Bogotá, Colombia
 Creador: Institucionalidad
 Periodo: Del 15 de Junio al 15 de Agosto al 15 de Agosto al 15 de Octubre

Medio		Tarifa Unitaria		Directorio/Formato		Agosto		Septiembre		Octubre		# clics/respuestas		Inversión Total	
Facebook canvas	e350	Móvil e (Android/iOS) 100% Móviles Canvas, Imagen y video		Canvas 1080x1080x1320 píxeles		e500,000	e500,000	e500,000	e500,000	e250,000	e250,000	3571 clics		e1,250,000	
Interacción	e160	Móvil y Pc		Banner 1200x628 píxeles		e250,000	e250,000	e250,000	e250,000	e140,000	e140,000	4000 Interacciones		e640,000	
Facebook Alliance	e150	Móvil e (Android/iOS) Medios Multimedia digitales (Estratigos y Dinámicos)		Banner 1200x628 píxeles		e1,250,000	e1,250,000	e1,250,000	e1,250,000	e580,000	e580,000	22,000 personas alcanzadas		e3,310,000	
Google Display	e250	Móvil y PC		Imágenes 940 x 250 px / Formato HD (Aplica para móvil y PC) Formato para móvil 728 x 90 px Formato para PC 1600x600 píxeles (Formato móvil) Peso máximo 150 KB. Todos los formatos debe venir incluidos.		e1,000,000	e1,000,000	e1,000,000	e1,000,000	e700,000	e700,000	10800 clics		e2,700,000	
TrueView In-stream	e150	Dispositivos móviles y PC		Formato video 1920 x 1080 píxeles HD (Aplica para móvil y PC) Duración 15 a 20 segundos		e500,000	e500,000	e500,000	e500,000	e750,000	e750,000	8333 videos		e1,250,000	
Spotify	e155	Dispositivos móviles		Formato video 1920 x 1080 píxeles HD (Aplica para móvil y PC) Duración 15 a 20 segundos		e660,000	e660,000	e660,000	e660,000	e680,000	e680,000	12,993 reproducciones		e2,000,000	
Facebook conversiones al sitio web	e175	Dispositivos móviles y PC													

Mi Comprador

000049

4AM SAATCHI & SAATCHI

000049