JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS
SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

Resolución 617 - E/2016

Ciudad de Buenos Aires, 03/11/2016

VISTO el Expediente EX-2016-02886774-APN-DDYME#JGM del Registro de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, la Ley de Administración Financiera y de los Sistemas de Control del Sector Público Nacional Nº 24.156 y su reglamento aprobado por Decreto Nº 1344 del 4 de octubre de 2007 y sus normas modificatorias; los Decretos Nros. 2219 del 6 de julio de 1971 y su modificatorio, 984 del 27 de julio de 2009 y sus modificatorios; 978 del 1 de septiembre de 2016; 725 del 31 de mayo de 2016; 1145 del 31 de agosto de 2009, 14 de fecha 11 de enero de 2011 y sus modificatorios, las Decisiones Administrativas Nros. 617 de fecha 1° de septiembre de 2010 y 19 del 2 de febrero de 2012 y su modificatoria, 556 del 31 de mayo de 2016 y 1149 del 20 de octubre de 2016; las Resoluciones de la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA Nros. 2 de fecha 9 de abril de 2013, y 247 de fecha 24 de agosto de 2016 y,

CONSIDERANDO:

Que mediante el Decreto Nº 978/2016, modificatorio del Decreto 984/09 se establecieron nuevos parámetros para la realización y contratación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación, así como el correspondiente servicio publicitario creativo, arte y producción gráfica y audiovisual que realice la ADMINISTRACION PUBLICA NACIONAL, el Banco de la Nación Argentina y sus empresas vinculadas, y los demás organismos comprendidos en el artículo 8° de la Ley Nº 24.156, cualquiera fuera su fuente de financiamiento.

Que conforme surge del citado decreto los organismos o entidades referidos deben encomendar la realización de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación a la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA, de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.

Que por el Decreto Nº 14/11 se estableció que la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, resulta la autoridad de aplicación de lo dispuesto en el Decreto Nº 984/09, y se encomendó a esta SECRETARIA el dictado de las normas interpretativas, aclaratorias y complementarias para su ejecución e implementación.

Que no obstante ello continuaba vigente la Decisión Administrativa 448/2009, la cual resultó abrogada por la Decisión Administrativa 1149/2016.

Que, en tal sentido, por la Resolución de la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA Nº 3/11 se aprobaron las normas para la realización de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación pública, las cuales fueron modificadas por la Resolución de la Secretaría de Comunicación Pública 2/2013.

Que por el Decreto Nº 1145/09 se facultó a la ex SECRETARIA DE MEDIOS DE COMUNICACION, actual SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA, para que acuerde con los titulares de medios de comunicación, la cancelación de sus deudas fiscales y previsionales correspondientes a obligaciones vencidas al 31 de diciembre de 2008, incluidos sus intereses resarcitorios y punitorios, mediante la dación en pago de espacios publicitarios en la programación de las emisoras o en sus publicaciones.

Que, por su parte, a través de la Decisión Administrativa Nº 617/10 se dispuso el procedimiento a adoptar para el caso que las necesidades de comunicación institucional y de difusión de los actos de gobierno que fija el PODER EJECUTIVO NACIONAL impliquen contratar espacios de publicidad en medios de comunicación que hayan adherido al régimen de dación en pago instituido por el mencionado decreto.

Que por el Decreto Nº 725/2016 se modificó la estructura organizativa de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, entre las que se encuentra la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA, mientras que por la Decisiones Administrativa Nº 556/2016 se aprobó la estructura organizativa con nivel inferior a Subsecretaría.

Que en atención a las distintas normativas que comportan el plexo normativo que rige en materia de instrumentación de las campañas de publicidad institucional, resulta pertinente dictar un cuerpo normativo que modifique el procedimiento vigente a efectos de adecuarlo a la nueva estructura organizativa de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS y a los nuevos mecanismos de tramitación y contratación previstos por las normas oportunamente citadas, dotando al proceso de una mayor eficiencia y atribuyendo los pasos del mismo a dependencias actualmente existentes.

Que ha tomado intervención la Unidad de Auditoría Interna de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS en el marco de lo dispuesto por el artículo 101 del Reglamento de la Ley de Administración Financiera y de los Sistemas de Control del Sector Público Nº 24.156, aprobado por Decreto Nº 1344/07.

Que ha tomado la intervención propia de su competencia la Delegación Legal de la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.

Que la presente resolución se dicta en virtud de las facultades conferidas por el artículo 4° del Decreto Nº 14/11 y el Decreto 725/2016.

Por ello,

EL SECRETARIO
DE COMUNICACION PÚBLICA
RESUELVE:

ARTÍCULO 1° — Apruébase el “PROCEDIMIENTO PARA EL TRAMITE DE CONTRATACION DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL”, que como ANEXO forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2° — La SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE

MINISTROS podrá requerir a través de sus Subsecretarías, en el ámbito de competencia de cada una de ellas, a los organismos comprendidos en el Decreto Nº 984/09 la información o documentación complementaria que facilite el cumplimiento de la presente Resolución.

ARTÍCULO 3° — Las actuaciones en trámite al momento de la entrada en vigencia de la presente Resolución, se adecuarán al "PROCEDIMIENTO PARA EL TRAMITE DE CONTRATACION DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL", según su estado del trámite, sin retrotraer procesos ya cumplidos regularmente.

ARTÍCULO 4° — Derógase la Resolución de la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA Nº 2/13 en todo en cuanto se oponga a la presente.

ARTÍCULO 5° — La presente Resolución comenzará a regir a partir del día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial.

ARTÍCULO 6° — Regístrese, comuníquese, publíquese, dése a la DIRECCION NACIONAL DE REGISTRO OFICIAL y archívese. — JORGE MIGUEL GRECCO, Secretario, Secretaría de Comunicación Pública, Jefatura de Gabinete de Ministros.

ANEXO
"PROCEDIMIENTO PARA EL TRAMITE DE CONTRATACION DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL"
A. PLAN ESTRATEGICO ANUAL
ARTICULO 1°.- Los organismos del Sector Público Nacional comprendidos en el artículo 8º de la Ley Nº 24.156, el Banco de la Nación Argentina y sus empresas vinculadas que requieran la realización de campañas institucionales de publicidad y de comunicación, deberán remitir a la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, antes del 31 de julio de cada año, un proyecto general anual de publicidad y comunicación y un presupuesto estimado de gastos. Luego de ello, y antes del 30 de noviembre de cada año, completará la presentación con un plan estratégico anual de publicidad y de comunicación según sus respectivos objetivos y las prioridades previstas en sus programas de acción, detallado por campaña y los gastos que implicará cada una de ellas. A tales efectos, la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS brindará la asistencia técnica que pudieren requerir las distintas jurisdicciones y entidades.
En aquellos casos en que no lo hubieran presentado en las fechas previstas precedentemente, la SUBSECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA intimará a las jurisdicciones o entidades para su efectivo cumplimiento.
La SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, evaluará en su conjunto los planes presentados conforme la estrategia anual de comunicación del ESTADO NACIONAL, y formulará las adecuaciones necesarias a la planificación de cada organismo según corresponda.
B. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS
• INGRESO DE LAS ACTUACIONES
ARTICULO 2°.- La solicitud de publicidad institucional, deberá ingresar a la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS.
Admitida la propuesta, el SECRETARIO DE COMUNICACIÓN PUBLICA aprobará un Requerimiento Publicitario Provisorio autorizando la campaña, y remitirá los actuados a la SUBSECRETARIA DE

COMUNICACION PUBLICA, quien será el área responsable de su instrumentación, pudiendo sus unidades orgánicas dependientes solicitar, a tales efectos, los informes y aclaraciones que estimen pertinentes, y propiciar las adecuaciones respectivas, así como efectuar las mediciones cualitativas y cuantitativas.

En el punto E se establecerá un procedimiento específico para aquellas entidades con autarquía financiera o empresas del Estado con giro comercial y financiamiento propio.

ARTICULO 3°.- El procedimiento y trámite de contratación de publicidad institucional, según la Fuente de Financiamiento del organismo requirente, cumplirá el siguiente circuito:

a. Los organismos de la administración pública centralizada , cuyos recursos en la materia de publicidad y comunicación se encuentren bajo administración de la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA, a través del Servicio Administrativo Financiero (SAF) 305 de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, deberán remitir el formulario Propuesta de campaña “Publicidad y Propaganda” que como Anexo A forma parte integrante del presente, suscripto por el titular del organismo o el responsable por este autorizado, con carácter previo.

Las campañas impulsadas por la PRESIDENCIA DE LA NACION, la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS o la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA serán afectadas a la Fuente de Financiamiento correspondiente de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS e iniciadas de modo indistinto por una de las SUBSECRETARIAS del área.. b. Los organismos o entidades con autarquía financiera, las empresas del Estado y el resto de los organismos no comprendidos en el inciso a) cuando soliciten una campaña, deberán remitir el formulario Propuesta de campaña “Publicidad y Propaganda” que como Anexo B forma parte integrante del presente, en el que se dejará constancia de la afectación preventiva correspondiente al presupuesto estimado de gastos, suscripto por el titular del organismo o responsables debidamente autorizados y el titular del Servicio Administrativo Financiero (SAF) de la Jurisdicción.

• ELABORACION DE CONTENIDOS. PRESUPUESTO ESTIMADO DE GASTOS (PEG).

ARTICULO 4°.- En los casos en que resulte necesario utilizar un servicio creativo o de producción de la campaña institucional solicitada, se remitirán los actuados a la SUBSECRETARIA DE CONTENIDOS DE DIFUSION, para que elabore o apruebe, el contenido del mensaje a difundir.

ARTICULO 5º.- La SUBSECRETARIA CONTENIDOS DE DIFUSION evaluará a los fines del servicio creativo de la campaña institucional, las siguientes alternativas de realización:

• Con sus equipos de profesionales y recursos técnicos.

• Mediante la utilización de los recursos del organismo o empresa originante.

• Mediante la Agencia TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO

• A través de una unidad organizativa perteneciente a cualquier organismo comprendido en el artículo 8º de la Ley Nº 24.156, bajo su supervisión.

• Mediante la contratación de un servicio creativo o de producción externo, para lo cual la DELEGACIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIO dependiente de la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, iniciará el trámite correspondiente.

La SUBSECRETARÍA DE CONTENIDOS DE DIFUSIÓN solicitará el inicio del proceso de contratación que corresponda a la DELEGACIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIO, quien dará inicio a dicho trámite.

ARTICULO 6°.- Cuando se trate de la reutilización de una campaña ya emitida, no resultarán necesarias las intervenciones previstas en los artículos precedentes.

ARTICULO 7°.- Concluido el procedimiento de elaboración o aprobación del mensaje institucional, o cuando éste no resulte necesario, la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, solicitará a la DIRECCIÓN NACIONAL DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA el “Presupuesto Estimado de

Gastos" (PEG) de la campaña, la que a su vez, en caso de corresponder, lo solicitará a TELAM SE o elaborará un informe propio. En ambos casos se tendrá en cuenta el mensaje a difundir, los canales de comunicación seleccionados y su intensidad. La DELEGACIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIO verificará la existencia de crédito presupuestario y lo informará a la SUBSECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA.

Cumplido, la SUBSECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA verificará las pautas de ordenamiento previstas en la Decisión Administrativa Nº 617/10 y elaborará el documento de aprobación, consignando los datos relevantes de la campaña y el PEG.

En el caso de resultar procedente hacer uso de los espacios cedidos en dación en pago de conformidad con el régimen del Decreto Nº 1145/09, sus modificatorios, complementarios y concordantes, rige lo establecido al respecto en la Resolución 2/2013.

• APROBACION DE LA CAMPAÑA

ARTICULO 8°.- Cumplido, la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA elaborará un informe circunstanciado de todo lo actuado, y un documento de aprobación definitivo de la campaña que contendrá el nombre de la campaña, el organismo solicitante, la duración, la inversión estimada, y demás datos relevantes, y lo elevará al titular de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA para su aprobación y posterior devolución a la SUBSECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA para su instrumentación.

ARTICULO 9°.- Una vez aprobada la campaña por la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA, la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA deberá remitir una copia a: la Agencia TELAM S.E. si se decidiese su intervención en el proceso; la DELEGACIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL PRESUPUESTARIO y a la DIRECCIÓN NACIONAL DE SUPERVISIÓN OPERATIVA.

Cuando las acciones de comunicación institucional no estén alcanzadas por el artículo 2° in fine del Decreto Nº 984/09, por difundirse exclusivamente en espacios pertenecientes a los Programas de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, los contenidos, una vez aprobados, se remitirán directamente a las áreas correspondientes.

• PLANIFICACION DE MEDIOS DE COMUNICACION. INSTRUMENTACION DE LA CAMPAÑA

ARTICULO 10°.- La SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA mediante sus dependencias pertinentes elaborará la planificación de medios de comunicación de la campaña de que se trate. En aquellos casos en que le sea notificado a la agencia TELAM S.E. el documento de aprobación de la campaña, este irá acompañado de la planificación pertinente.

C. EFECTIVIZACION DE LA CAMPAÑA

• EMISION DE LA ORDEN DE PUBLICIDAD (OP).

ARTICULO 11.- Cumplido el procedimiento establecido, la SUBSECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA o TELAM S.E. según corresponda, remitirá la pertinente Orden de Publicidad (OP), la contratación de bienes y servicios necesarios para la difusión de la campaña y auditará el correcto cumplimiento de las prestaciones contratadas.

C. FACTURACION.

ARTICULO 13.- La facturación que los prestadores o proveedores efectúen por los trabajos realizados o servicios prestados, deberá ser emitida a nombre de la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA - JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS (CUIT 30-68060457-2 - IVA EXENTO), sin perjuicio de la subsistencia de los derechos y obligaciones

que correspondan a dichos prestadores o proveedores o a la Agencia TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO en función de la relación contractual entablada entre esas partes, si la hubiese; y/o a nombre del organismo o entidad a los que se refiere el artículo 3° b., si correspondiese.

Las facturas deberán identificar la orden de publicidad y, preferentemente, los datos que de ella resulten, tales como la campaña de que se trate y el organismo de origen, además de los datos legales

correspondientes. La DIRECCIÓN NACIONAL DE SUPERVISIÓN OPERATIVA evaluará y autorizará, dentro de sus facultades, las excepciones que considere pertinentes.

• CERTIFICACION DE LA PUBLICIDAD.

ARTICULO 14.- Emitida la publicidad institucional y presentada la factura y certificación de emisión por parte del medio contratista, la Agencia TELAM S.E. o la DIRECCIÓN NACIONAL DE SUPERVISIÓN OPERATIVA de la SUBSECRETARIA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA; según corresponda; deberán realizar los controles propios de su competencia y proceder a su conformación, vinculándola a la orden de publicidad (OP). Cumplida su intervención deberá remitir los actuados a la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

La Certificación de la emisión por parte del medio, tendrá carácter de Declaración Jurada, siendo pasible de las sanciones penales correspondientes quien falsease maliciosamente la misma.En todos los casos, la factura y la certificación referidas deberán presentarse ante la DIRECCIÓN NACIONAL DE SUPERVISIÓN OPERATIVA para su aprobación por parte de la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA y la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA. Hecho se remitirá al Organismo o Entidad que corresponda para la gestión de pago.

ARTICULO 15.- La Agencia TELAM S.E. o la DIRECCIÓN NACIONAL DE SUPERVISIÓN OPERATIVA de la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, según corresponda; deberán remitir conjuntamente con la Factura del proveedor, la siguiente documentación:

a) La declaración de que la contratación de bienes y servicios, oportunamente encomendada, se realizó con ajuste a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, debidamente suscripta por autoridad competente.

b) La certificación de la real y efectiva prestación de los servicios.

c) Los originales de las facturas que deberán abonarse a los prestadores o proveedores.

d) Copias certificadas por autoridad competente de las Órdenes de Publicidad correspondientes.

• SUPERVISION. CONFORMIDAD

ARTICULO 16.- Recibidos los actuados por la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, la DIRECCIÓN NACIONAL DE SUPERVISIÓN OPERATIVA, evaluará si las actuaciones cuenten con la documental prevista en el artículo precedente.

D. AUTORIZACION DE GASTO

ARTICULO 17.- La SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA aprobará el gasto documentado en las facturas vinculadas a uno o varios Requerimientos Publicitarios (RP), previa intervención de la DELEGACIÓN LEGAL, que determinará el cumplimiento de los extremos normativos a lo largo del todo el expediente y podrá requerir a las diversas dependencias intervinientes en el proceso, aclaraciones, subsanaciones o modificaciones.

E. PROCEDIMIENTO ESPECIFICO

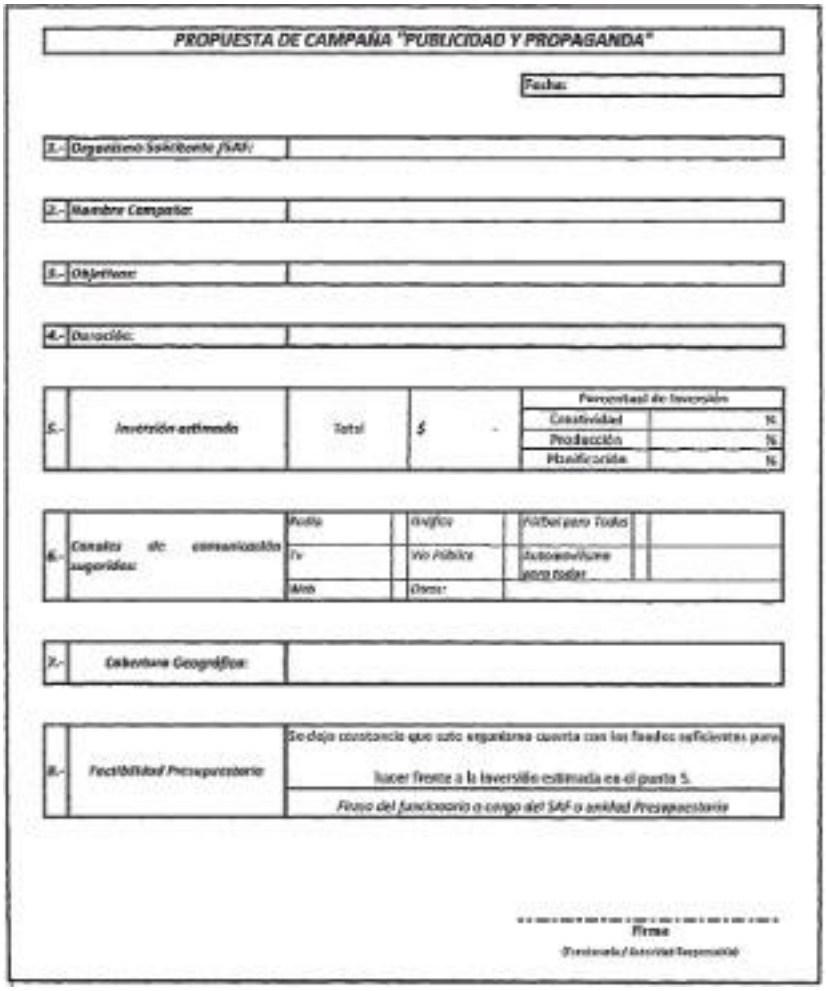
ARTICULO 18.- Los organismos con autarquía financiera o empresas del estado que se enumeran a continuación, en tanto atiendan la erogación publicitaria con presupuesto propio, observarán un procedimiento específico:

• ANSES
• AFIP
• El Banco de la Nación Argentina y sus empresas vinculadas
• Banco de Inversión y Comercio Exterior SA – BICE
• Banco Hipotecario SA
• Correo Oficial de la República Argentina SA
• YPF SA.
• Lotería Nacional S.A.

ARTICULO 19°.- En este caso el procedimiento a seguir será:

a. Las solicitudes de publicidad institucional ingresarán a la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA de la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2°, debiendo acompañar:
i. El contenido del mensaje.
ii. Los canales de comunicación en los cuales se difundirá el mensaje y la intensidad de la campaña.
iii. El monto global a invertir y la declaración del funcionario competente de contar con la partida presupuestaria para hacer frente a dicho gasto.
iv. Toda otra información que a criterio del organismo de origen resulte relevante para el análisis de la campaña propuesta.
b. Admitida la propuesta el titular de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA aprobara un requerimiento publicitario provisorio, autorizando la campaña y remitirá la documentación a la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA que procederá a su evaluación conjuntamente con la SUBSECRETARÍA DE CONTENIDOS DE DIFUSIÓN. De requerirse además el trabajo de creatividad y/o producción, será esta última la que autorice la contratación de la/s misma/s.
Las citadas Subsecretarías podrán a través de sus unidades orgánicas, solicitar los informes y aclaraciones que estimen pertinentes, y propiciar, en su caso, las adecuaciones respectivas, de acuerdo a la estrategia de comunicación del ESTADO NACIONAL.
Una vez analizado el contenido de la campaña por la subsecretaria de contenidos de difusión, se remitirá a la subsecretaria de comunicación pública quien elaborará un informe circunstanciado de todo lo actuado.
c. En caso de corresponder, la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA procederá a elaborar, el documento de aprobación de la campaña consignando los datos relevantes de la campaña.
d. Una vez elaborado el documento de aprobación definitivo de la campaña, se elevará al titular de la SECRETARIA DE COMUNICACION PUBLICA quien lo remitirá a la DELEGACIÓN LEGAL para que proceda como se establece en el artículo 17°, y considerará la opinión emitida para su aprobación y remisión al organismo solicitante para su instrumentación.
ARTICULO 20.- Los organismos o entidades enunciados en el artículo 18 procederán a la instrumentación de la campaña. La SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA determinará si debe existir previa intervención de TELAM SOCIEDAD DEL ESTADO.
ARTICULO 21.- La facturación que los prestadores o proveedores efectúen por los trabajos realizados o servicios prestados de acuerdo a lo establecido en este punto E. deberá ser presentada ante dichos organismos de acuerdo con sus respectivas normas. Efectuado que sea el pago de la misma, deberá informarlo de modo fehaciente a la DIRECCIÓN NACIONAL DE SUPERVISIÓN OPERATIVA
ARTICULO 22.- Los organismos alcanzados por el presente procedimiento específico deberán en forma previa a aprobar el gasto de publicidad, remitir las actuaciones debidamente conformadas a la SUBSECRETARÍA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA, para su verificación en el marco de su competencia, pudiendo ésta requerir la información adicional que estime pertinente. Una vez realizada la verificación elevará las actuaciones a la SECRETARIA DE COMUNICACION PÚBLICA, quien previo dictamen de la DELEGACIÓN LEGAL en los términos del artículo 17°, procederá eventualmente a su correspondiente autorización y posterior devolución al organismo de origen.

ANEXO A



PROPUESTA DE CAMPAÑA "PUBLICIDAD Y PROPAGANDA"

Fecha:

1.- Organismo Solicitante (SAF):

2.- Nombre Campaña:

3.- Objetivos:

4.- Duración:

5.- Inversión estimada — Total $ - | Porcentual de Inversión: Creatividad %, Producción %, Planificación %

6.- Canales de comunicación sugeridos: Radio, Gráfica, Público para Todos; Tv, Vía Pública, Subcontratistas para todos; Web, Otros:

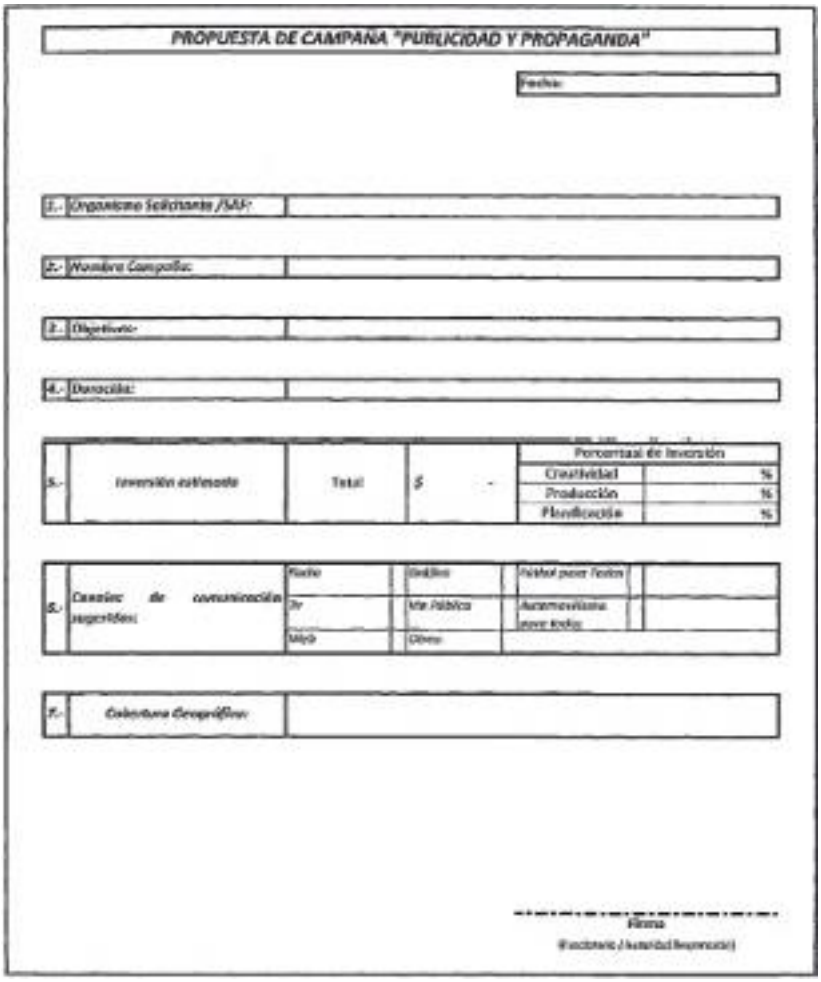
7.- Cobertura Geográfica:

8.- Factibilidad Presupuestaria: Se deja constancia que este organismo cuenta con los fondos suficientes para hacer frente a la inversión estimada en el punto 5.

Firma del funcionario a cargo del SAF o unidad Presupuestaria

Firma
(Funcionario / Autoridad Responsable)

ANEXO B



PROPUESTA DE CAMPAÑA "PUBLICIDAD Y PROPAGANDA"

Fecha:

1.- Organismo Solicitante /SAF:

2.- Nombre Campaña:

3.- Objetivo:

4.- Duración:

5.- Inversión estimada | Total | $ - | Porcentual de Inversión: Creatividad %, Producción %, Planificación %

6.- Canales de comunicación sugeridos: Radio, Gráfica, Prensa por Textos, Tv, Vía Pública, Automovilismo, Móvil, Otros

7.- Cobertura Geográfica:

Firma

Aclaración / Autoridad Responsable

IF-2016-02918209-APN-SECCP#JGM

e. 07/11/2016 N° 83770/16 v. 07/11/2016

Fecha de publicacion: *07/11/2016*