

ANEXO I

“PROCEDIMIENTO PARA EL TRÁMITE DE CONTRATACIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE PUBLICIDAD Y DE COMUNICACIÓN”

A. DEFINICIONES

ARTÍCULO 1°. – A los fines del alcance, definición y/o clasificación las campañas institucionales de publicidad y de comunicación serán comprendidas en aquellas que son preventivas, educativas, promocionales, jurídico - legales y de gestión.

Quedan excluidas del presente cuerpo normativo, las campañas de interés público a cuyo efecto se refiere el artículo N° 76 de la Ley 26.522.

B. PLANIFICACIÓN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD OFICIAL

ARTÍCULO 2°. – LA SUBSECRETARÍA DE VOCERÍA Y COMUNICACIÓN DE GOBIERNO, o aquella que el futuro la reemplace, evaluará la necesidad de realizar un relevamiento de las campañas de comunicación institucional emitidas, a presentar en septiembre de cada año, a efectos de la planificación del presupuesto anual para publicidad y propaganda del próximo ejercicio, el que estará fundado en la experiencia e información histórica obtenida; en las necesidades comunicacionales de los Organismos y en la información solicitada o suministrada por las jurisdicciones y entidades del Sector Público Nacional comprendidas en el artículo 8° de la Ley N.° 24.156, clasificando las campañas, de acuerdo a su naturaleza, en motivacionales, preventivas, educativas, jurídico-legales y de gestión.

Las jurisdicciones y entidades del Sector Público Nacional comprendidas en el artículo 8° de la Ley N.° 24.156 que requieran la realización de campañas institucionales de publicidad y de comunicación, deberán remitir a la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, su propuesta de publicidad y de comunicación según sus respectivos objetivos y las prioridades previstas en sus programas de acción y sus presupuestos anuales, antes del 15 de agosto de cada año. A tales efectos, dicha SECRETARÍA brindará la asistencia técnica que pudieran requerir las distintas jurisdicciones y entidades.

La SUBSECRETARIA DE VOCERÍA Y COMUNICACIÓN DE GOBIERNO

y LA SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN podrán proponer, en el ámbito de sus competencias, la realización de campañas institucionales de publicidad y de comunicación que resulten de interés público.

La SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, evaluará las propuestas presentadas, y formulará las adecuaciones necesarias a la planificación de cada organismo según corresponda.

c. TRÁMITE INICIO DE LAS ACTUACIONES

ARTÍCULO 3°. – La solicitud de campaña institucional deberá remitirse por comunicación oficial a la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, para su admisión o rechazo.

Los organismos requirentes deberán remitir el formulario “Propuesta de Campaña Institucional” que como Anexo A (IF-2025-100078849-APN-SCYM) forma parte integrante del presente, el cual deberá ser suscripto por el titular del organismo o responsable debidamente autorizado, excepto en los casos que las campañas sean impulsadas por la propia SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.

Asimismo, deberán indicar si poseen o no presupuesto asignado para la mentada campaña. Los organismos alcanzados en el artículo 8° de la Ley N.° 24.156, en tanto y en cuanto no tengan presupuesto asignado para atender este gasto, en caso de ser aprobadas, solicitarán la pertinente afectación de los créditos presupuestarios de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.

Aquellos organismos o entidades descentralizadas que cuenten con presupuesto, cuando soliciten una campaña, deberán dejar constancia de la afectación preventiva correspondiente al presupuesto estimado de gastos, en este caso también deberá suscribir el formulario el titular del Servicio Administrativo Financiero (SAF) de la entidad o funcionario de nivel equivalente.

ARTÍCULO 4°. – Al momento de la admisión de la campaña la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, determinará su aceptación o rechazo fundamentado en criterios de oportunidad, mérito, conveniencia; considerando una eficiente ejecución presupuestaria según corresponda.

INFORME DE PROPUESTA DE CAMPAÑA

ARTÍCULO 5°. – Aprobada la campaña se remitirán los actuados a la AGENCIA DE PUBLICIDAD DEL ESTADO SOCIEDAD ANÓNIMA UNIPERSONAL (APE S.A.U.), quien será la responsable de su instrumentación, pudiendo solicitar los informes y aclaraciones que estime pertinentes y propiciar las adecuaciones respectivas, así como efectuar las mediciones cualitativas y cuantitativas que resulten necesarias.

ARTÍCULO 6°. – La APE S.A.U. elaborará un informe de propuesta de campaña que deberá contener el alcance, la intensidad, el tipo de medio y grado de inversión propuesta, en el que considerará, para su estimación, el mensaje a difundir, los objetivos comunicacionales, los canales de comunicación seleccionados, su intensidad, la tarifa aplicable, la comisión de agencia y el recupero estimado de gastos directos según corresponda.

Asimismo, deberá incluir el detalle de las piezas publicitarias en atención al formato de emisión sugerido con todas sus especificaciones técnicas; indicando para ello, la existencia de la/s pieza/s o en los casos que resulte necesario el servicio creativo o de producción de la campaña institucional, evaluará las siguientes alternativas de realización, debiendo indicar cual se utilizó y las razones de dicha decisión:

- a. Con los equipos de profesionales y recursos técnicos de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.
- b. Mediante la utilización de los recursos de la jurisdicción o entidad solicitante.
- c. Con los equipos de profesionales y recursos técnicos de la APE S.A.U.
- d. A través de una unidad organizativa perteneciente a cualquier jurisdicción o entidad comprendida en el artículo 8° de la Ley N.° 24.156, bajo su supervisión.
- e. Mediante la contratación de un servicio creativo o de producción externo, para lo cual la SUBSECRETARÍA DE MEDIOS PÚBLICOS de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, iniciará el trámite correspondiente.

APROBACIÓN

ARTÍCULO 7°. – La APE S.A.U. remitirá el Informe de Propuesta de Campaña a la SUBSECRETARÍA DE MEDIOS PÚBLICOS de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, quien elaborará un proyecto de Resolución con su Requerimiento Publicitario (RP) según modelo que como Anexo B (IF-2025- 100079249-APN-SCYM) se acompaña a la presente, para la aprobación de la campaña en cuestión, que elevará a consideración de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y

MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, previa intervención de la SUBSECRETARÍA DE COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN para la afectación preventiva de crédito presupuestario, según corresponda, y la DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS de la SUBSECRETARÍA LEGAL de la SECRETARÍA GENERAL de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN para la emisión del dictamen correspondiente.

ARTÍCULO 8°. – La SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN aprobará la producción y emisión de la campaña mediante Resolución, incluyendo el presupuesto afectado y los datos necesarios para la emisión de Órdenes de Publicidad (OP), es decir, el nombre de la campaña, el organismo solicitante, proveedor/es que será/n el/los responsable/s de su emisión, la duración, la inversión propuesta, y demás datos relevantes.

EFFECTIVIZACIÓN DE LA CAMPAÑA Y EMISIÓN DE LA ORDEN DE PUBLICIDAD

ARTÍCULO 9°. – La APE S.A.U., procederá a implementar, en el acto y mediante la emisión de las pertinentes órdenes de publicidad (OP), la contratación de los servicios necesarios para la difusión de la campaña institucional.

ARTÍCULO 10°. – En las OP que se emitan, APE S.A.U. podrá proponer distintos esquemas tarifarios que signifiquen mejores condiciones económicas de contratación y que atiendan de igual modo a los objetivos de comunicación de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.

A tal efecto respetará criterios objetivos en la formulación de dichas propuestas, considerando las particularidades de cada medio en lo relativo a su alcance (circulación o audiencia) de conformidad con los indicadores existentes en el mercado y a su cobertura geográfica y público objetivo. Las propuestas formuladas, y volcadas en las Ordenes de Publicidad, podrán ser aceptadas o rechazadas por los medios.

CERTIFICACIÓN DE LA PUBLICIDAD

ARTÍCULO 11°. – Emitida la campaña institucional, el proveedor deberá presentar ante APE S.A.U. para la certificación de emisión, una declaración jurada adjuntando los archivos y muestras de la campaña efectivamente emitida. Por su parte, APE S.A.U. deberá realizar los controles propios de su competencia.

FACTURACIÓN

ARTÍCULO 12°. – La facturación que los prestadores o proveedores efectúen por los trabajos realizados o servicios prestados deberá ser ingresada en el sistema de Trámites A Distancia (TAD) y emitida a nombre de APE S.A.U dentro de los diez (10) días de la fecha de certificación de la prestación del servicio contratado.

Cuando se trate de las campañas institucionales con afectación presupuestaria del Organismo requirente, APE S.A.U. emitirá la factura a nombre y C.U.I.T. del Organismo o Entidad solicitante de la campaña.

Para los casos en los que se haya utilizado recursos de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACION, APE S.A.U. emitirá la factura a nombre de esta.

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.

ARTÍCULO 13°. – La APE S.A.U. deberá remitir a la SUBSECRETARÍA DE MEDIOS PÚBLICOS de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN el expediente electrónico con la siguiente documentación debidamente conformada por autoridad competente:

- a. 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 de APE S.A.U.
- b. Certificación de la real y efectiva prestación de los servicios.
- c. Facturas a cancelar.
- d. La OP correspondiente suscripta por autoridad competente de APE S.A.U.
- e. La campaña emitida.

La remisión que realice APE S.A.U. deberá tener lugar dentro de los siete (7) días hábiles de recibida la documentación por parte del prestador o proveedor, en forma completa y correcta.

SUPERVISIÓN. CONFORMIDAD

ARTÍCULO 14°. – Recibidos los actuados por la SUBSECRETARÍA DE MEDIOS PÚBLICOS de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, ésta procederá a verificar

que las actuaciones cuenten con la documental prevista en el artículo precedente, y de corresponder, elaborará un Proyecto de Resolución que, previa intervención de la SUBSECRETARÍA DE COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN y de la DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS de la SUBSECRETARÍA LEGAL de la SECRETARÍA GENERAL de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, será remitido para su consideración a la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.

APROBACIÓN. LIQUIDACIÓN Y PAGO

ARTÍCULO 15°. – La SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN evaluará el procedimiento y, en caso de corresponder, aprobará lo actuado con la suscripción de la Resolución correspondiente. Para el caso de campañas cuyo gasto se canaliza por esta SECRETARÍA, la aprobación de lo actuado significa también la aprobación del gasto imputable al presupuesto administrado por la misma.

ARTÍCULO 16°. – Luego, serán remitidas las actuaciones a la SUBSECRETARÍA DE COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN o al Organismo o Entidad solicitante de la campaña, según corresponda respecto de la afectación presupuestaria realizada, a efectos de la liquidación y pago de las facturas presentadas.

PROCEDIMIENTOS ESPECÍFICOS. PUBLICIDAD CON FINES COMERCIALES

ARTÍCULO 17°. – Las entidades del Sector Público Nacional comprendidas en el artículo 8° de la Ley N° 24.156 cuya actividad consista en la venta de bienes y/o servicios, y que compitan en dicha actividad con oferentes de similares características de orden privado, podrán resultar exceptuados de los procedimientos establecidos en esta norma cuando la publicidad sea considerada de carácter comercial por la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.

SPONSOREO

ARTÍCULO 18°. – Para el caso de participación o apoyo económico en ferias, congresos, exposiciones y/o eventos en los que la contribución sea exclusivamente en calidad de sponsoreo y no implique difusión propia de la publicidad oficial en medios de comunicación, podrá la entidad llevar a cabo dicha actividad sin intervención previa de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.

AVISOS LEGALES

ARTÍCULO 19°. - Las solicitudes de contratación de Avisos Legales tramitarán en un expediente de apertura originaria en la SUBSECRETARÍA DE MEDIOS PÚBLICOS de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, la que resultará del requerimiento mediante comunicación oficial del Organismo solicitante en la cual deberá constar la normativa que exige este tipo de publicación.

Las solicitudes deberán ser ingresadas por la Mesa de Entradas de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN hasta siete (7) días hábiles previos a la fecha de publicación del aviso legal solicitado.

Admitida la publicación del Aviso Legal por la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, se dará intervención a la SUBSECRETARÍA DE COORDINACIÓN ADMINISTRATIVA de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN a fin de que realice la afectación preventiva del presupuesto correspondiente.

A estos efectos, se remitirán nuevamente las actuaciones a la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN que emitirá un Requerimiento Publicitario de orden global que comprenda a este tipo específico de publicaciones, según modelo que como Anexo B (IF-2025-100079249- APNSCYM), resultando el mismo la autorización de gasto a efectivamente realizarse.

Luego se dará intervención a la SUBSECRETARÍA DE VOCERÍA Y COMUNICACIÓN DE GOBIERNO, quien a través de la DIRECCIÓN NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE CAMPAÑAS aprobará la pieza a ser publicada.

Por último, se remitirá el expediente a la SUBSECRETARÍA DE MEDIOS PÚBLICOS de la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN quien proyectará una Resolución aprobatoria del Aviso Legal, y previa intervención de la DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS JURÍDICOS de la SUBSECRETARÍA LEGAL de la SECRETARÍA GENERAL de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, será remitido para su consideración y suscripción a la SECRETARÍA DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS de la PRESIDENCIA DE LA NACIÓN.

La efectiva publicación se realizará a través de la APE S.A.U.

ARTÍCULO 20°. - La solicitud prevista en el artículo anterior deberá indicar el

contenido del mensaje, los canales de comunicación que entienda más idóneos en función de dicho contenido, la intensidad de la campaña y toda otra información que, a criterio del organismo de origen, resulte relevante para el análisis del aviso propuesto. Los organismos que atiendan la erogación publicitaria con presupuesto propio deberán incluir además la indicación del monto global a invertir y la declaración del funcionario competente de contar con la partida presupuestaria para hacer frente a dicho gasto.

ARTÍCULO 21°. - Para los procedimientos de facturación, certificación y pago se observarán las previsiones del artículo 12° y 13° del presente Anexo.



República Argentina - Poder Ejecutivo Nacional
AÑO DE LA RECONSTRUCCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA

Hoja Adicional de Firmas
Anexo

Número:

Referencia: ANEXO I - “PROCEDIMIENTO PARA EL TRÁMITE DE CONTRATACIÓN DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES DE PUBLICIDAD Y DE COMUNICACIÓN”

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 8 pagina/s.