

Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020

El Censo del 2020 y la publicidad pagada

El Censo del 2020 es la recopilación de información más grande de todas las personas que viven en los Estados Unidos y está estipulado en la Constitución de los EE. UU. Las respuestas al Censo del 2020 ayudarán a informar cómo distribuir más de \$675 mil millones de dólares en fondos federales a las comunidades locales.

El objetivo de la Oficina del Censo de los EE. UU. es obtener un conteo completo y preciso. Utilizar medios pagados es un componente clave de la campaña de comunicación para lograr el objetivo. La publicidad pagada apoya y se integra a otros componentes de la campaña, incluyendo colaboraciones, Estadísticas en las Escuelas, redes sociales y la página de internet del Censo del 2020.

La campaña del Censo del 2020 usó los aprendizajes adquiridos durante las décadas anteriores, en combinación con una investigación extensa que se hizo en las nuevas plataformas de medios para entender y abordar nuevos retos y aprovechar nuevas oportunidades. Por primera vez, las personas podrán llenar el formulario del censo por internet sin tener que esperar a que llegue por correo postal. La publicidad digital enfocada a cada audiencia será una oportunidad para generar respuesta inmediata, al dirigir a las personas directamente de la publicidad al formulario del Censo del 2020.

El entorno de los medios de comunicación del 2020 es muy distinto al del 2010, lo que permite que la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020:

- Llegue a más personas a una frecuencia más alta que en el 2010
- Tenga una mayor inclinación hacia los canales digitales

El equipo “Team Y&R”

En agosto del 2016, VMLY&R (antes Y&R) obtuvo el Contrato de Comunicaciones Integradas (ICC, por sus siglas en inglés), para la campaña del Censo del 2020. Como la principal agencia encargada del contrato, [VMLY&R](#) creó un equipo integrado para este proyecto, el equipo “Team Y&R”, que incluye a [PSB](#), [Wavemaker](#), [Carol H. Williams Advertising](#), [Culture ONE World](#), [G&G Advertising](#), [The Kālainoku Group](#), [TDW+Co](#), [VMLY&R Puerto Rico](#), [Wavemaker Puerto Rico](#), [Reingold](#), [BCW \(Burson Cohn & Wolfe\)](#), [DCG](#), y [Guidehouse](#).

“Team Y&R” dirige y administra todos los esfuerzos de compra de medios directamente con los proveedores de medios. Aunque los medios se planean y se compran como apoyo al Censo del 2020, todas las negociaciones y/o contrataciones de medios con los proveedores de medios dependen únicamente de “Team Y&R”; no de la Oficina del Censo. “Team Y&R” y la Oficina del Censo de los EE. UU. participaron en un proceso colaborativo para tomar la decisión respecto a los planes finales.

Wavemaker es el líder del equipo de compras y planeación de medios de “Team Y&R” que incluye a Reingold, Carol H. Williams Advertising, Culture ONE World, TDW+Co, G&G Advertising, The Kālainoku Group, y Wavemaker Puerto Rico. La campaña se dirige a audiencias en inglés y en 12 idiomas distintos al inglés (árabe, chino —mandarín y cantonés—, francés, haitiano criollo, japonés, coreano, polaco, portugués, ruso, español, tagalo y vietnamita). “Team Y&R” incluye a pequeñas empresas, de las cuales cinco son propiedad de minorías*:

- Carol H. Williams Advertising* – Audiencias: Negra/afroamericana/del África subsahariana/afrocaribeña
- Culture ONE World* – Audiencias: De habla hispana/español y brasileña/portugués
- G&G Advertising* – Audiencias: Indígenas de las Américas y nativos de Alaska
- Reingold – Recepción digital directa/Canales de contenido
- TDW+Co* – Audiencias: Asiáticas-americanas
- The Kālainoku Group (TKG)* – Audiencias: Nativos de Hawái y otras islas del Pacífico
- Wavemaker – Agencia líder de compra de medios/Mercados y canales nacionales
- Wavemaker Puerto Rico (entidad de Wavemaker) – Audiencias: Puerto Rico

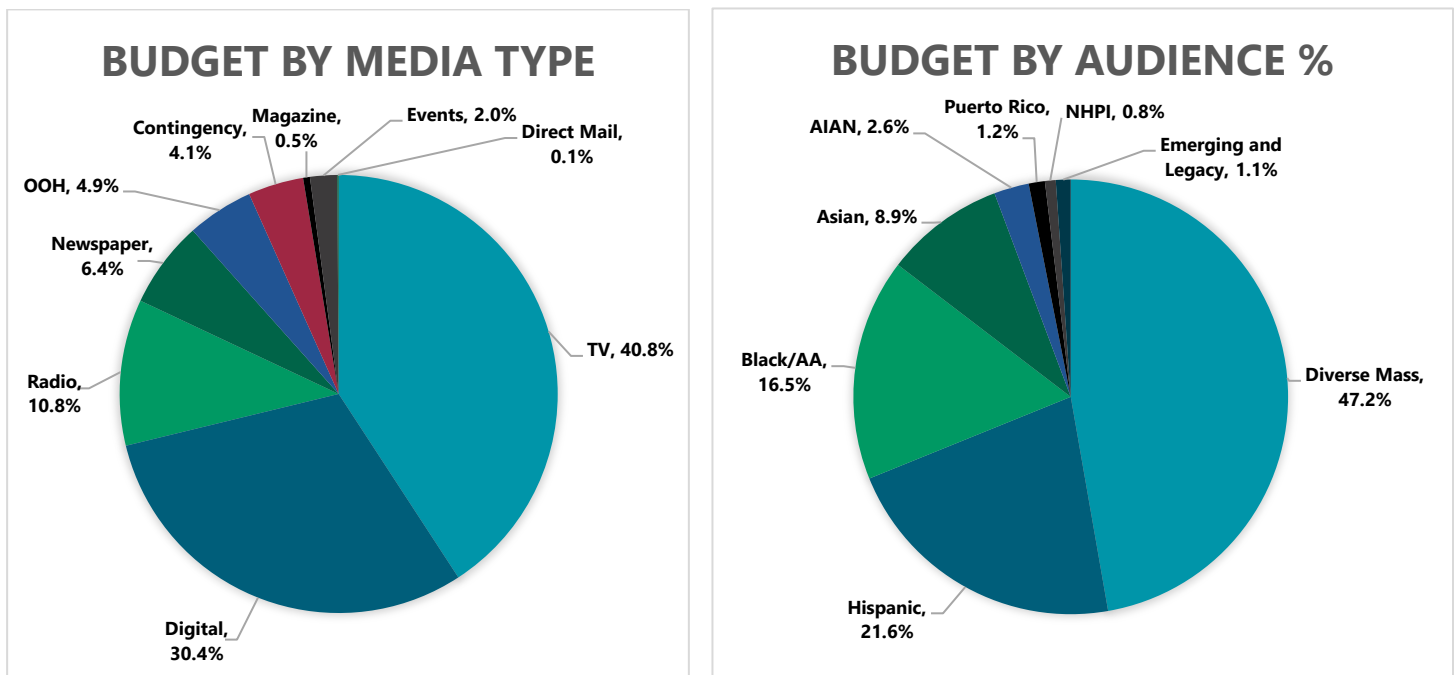
Estos socios de compra de medios son responsables de todas las compras y contrataciones directamente con los proveedores de medios.

Fases de la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020

La Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020 se llevará a cabo en tres fases:

1. **Concientización/Educación: 14 de enero al 12 marzo del 2020**
Esta fase creará concientización inmediata y brindará información educativa. “Team Y&R” utilizará los canales de medios tradicionales y no tradicionales para llegar al mayor número de personas posible para aumentar la concientización sobre el próximo Censo del 2020 y preparar a las personas para responder.
2. **Motivación/Participación: 13 de marzo al 12 de mayo del 2020**
Esta fase inspirará y motivará al público a llenar el formulario del Censo del 2020. Comenzará con el lanzamiento de la página de internet para responder al censo y con el primer envío de los formularios impresos por correo postal.
3. **Recordatorio/Seguimiento a los que no han respondido: 13 de mayo al 28 de junio del 2020**
Esta fase continuará recordándole a las personas que respondan al Censo del 2020 por internet y, será un apoyo a los censistas que estarán yendo de puerta en puerta para contar a los hogares que aún no han respondido.

El objetivo de la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020 es motivar a todas las personas que viven en los Estados Unidos a responder al Censo del 2020 de la manera que prefieran. Los presupuestos fueron realizados con base en los objetivos de la campaña y en los criterios de evaluación de medios determinados por "Team Y&R".



Inversión del 2020 en medios pagados por audiencia

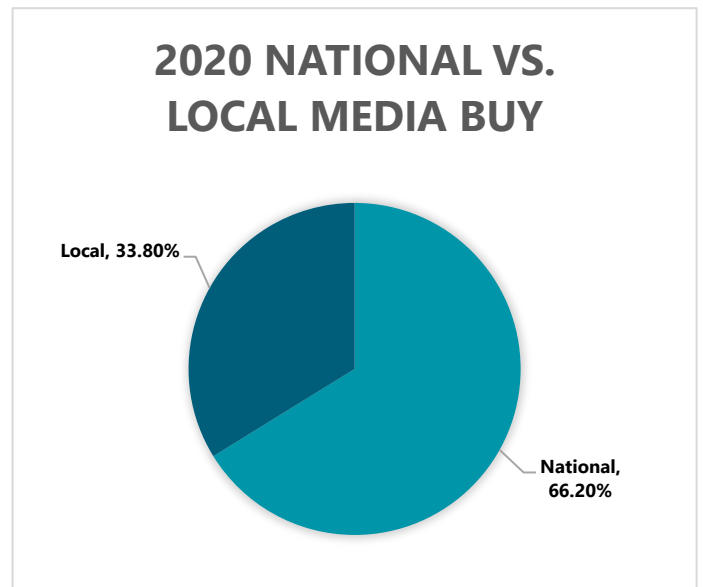
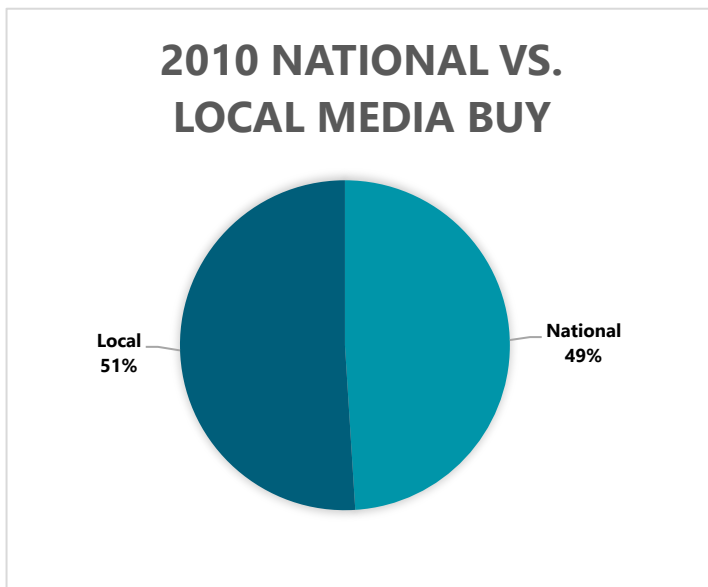
Inversión por audiencia	Medios pagados 2020	
Diversa (T)	\$60.1MM	26.1%
Diversa (D)	\$48.6MM	21.1%
Hispana	\$49.6MM	21.6%
Negra/AA	\$37.9MM	16.5%
Asiática	\$20.4MM	8.9%
AIAN	\$6.0MM	2.6%

Puerto Rico	\$2.8MM	1.2%
NHPI	\$1.8MM	0.8%
Emergentes y de legado	\$2.8MM	1.2%
	\$230.0MM	100.00%
Contingencias	\$10.0MM	
Total	\$240.0MM	

Cobertura del mercado nacional vs. local

Los esfuerzos nacionales están diseñados para cubrir a todos los mercados. Sin embargo, se han identificado mercados locales específicos para llegar a las poblaciones de respuesta baja.

Los montos en medios pagados para el Censo del 2020, actualmente están asignados entre el mercado nacional y local de la siguiente manera:1



1 La tabla de compra de medios nacionales vs. locales de 2010 representa los dólares de medios pagos originales más la recuperación.

Todas las audiencias requieren concientización sobre los beneficios del Censo del 2020 y ser motivadas para participar, pero se necesitan estrategias de comunicación específicas para asegurar los niveles de participación más altos. Estos objetivos son parte de todos los esfuerzos de la campaña, no solo de la de medios pagados.

	Fase de concientización (Alcance/Frecuencia)	Fase de motivación (Alcance/Frecuencia)	Fase de recordatorio (Alcance/Frecuencia)
Censo del 2010²	95% / hasta 18x ³	95% / hasta 48x ⁴	Menor respuesta / hasta 5x ⁵
Censo del 2020	99.9% / 26x+	99.9% / 61x+	99.4% / 11x+

Fases de la compra de medios pagados

Las negociaciones de los medios pagados del Censo del 2020 se llevaron a cabo en dos fases:

1. **“Upfront 2020”, evento anual de compra de medios (comenzó en abril del 2019):** “Team Y&R” negoció acuerdos de múltiples plataformas con grandes compañías emisoras para recibir los mejores precios, colocaciones y valor agregado para la campaña. Estas negociaciones comenzaron con anterioridad debido a la mayor cantidad de tiempo que se requiere para desarrollar programas de integración y alinearse con las prácticas de la industria para las negociaciones de televisión nacional.
2. **Todas las demás compras de medios (comenzaron en abril del 2019):** “Team Y&R” llevó a cabo un proceso abierto de solicitud de propuesta (RFP por sus siglas en inglés) para proveedores de medios con sede en los EE. UU. Cualquier proveedor podía entregar una propuesta para la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020. Sin embargo, solo se evaluaron las propuestas compatibles con los idiomas actuales de la campaña. Se aceptaron las demás propuestas, pero no serán evaluadas a menos de que se agreguen audiencias adicionales a la campaña y/o que haya fondos adicionales disponibles para esas audiencias.

Las negociaciones y los compromisos con todos los medios se finalizaron en diciembre del 2019. Se les notificó a los proveedores que no fueron seleccionados.

² Los datos del censo de 2010 no se han ajustado por inflación.

³ Como mínimo 10x con el financiamiento original + como mínimo 5x con financiamiento ARRA.

⁴ Como mínimo 20x el financiamiento original + como mínimo 11x con financiamiento ARRA.

⁵ Como mínimo 3x con el financiamiento original + como mínimo 2x con financiamiento ARRA.

Solicitud de propuestas para los proveedores de medios y proceso

Como parte de este esfuerzo, los proveedores de medios tuvieron la oportunidad de presentar propuestas para ser considerados para la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020. "Team Y&R" emitió seis solicitudes de propuestas (RFP, por sus siglas en inglés) (televisión, radio, publicidad exterior, revista impresa, periódico impreso y recepción digital directa/contenido) y estuvieron disponibles el Día del Proveedor de Medios del Censo del 2020 (Media Vendor Day).

El Día del Proveedor de Medios del Censo del 2020 se transmitió en vivo el 3 de abril del 2019 en Nueva York, y en Puerto Rico se llevó a cabo en persona el 5 de abril del 2019. Los eventos presentaron la oportunidad de educar a los posibles proveedores sobre la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020 y responder a preguntas sobre el proceso de solicitud de propuesta. El Día del Proveedor de Medios se llevó a cabo en persona y se transmitió en vivo a los proveedores. El evento se grabó y se puso a disposición de quienes no pudieron asistir en persona o ver la transmisión en vivo en tiempo real durante la sesión del 3 de abril del 2019. Las presentaciones grabadas estuvieron disponibles en YouTube desde el 10 de abril del 2019.

- "Team Y&R" promovió el Día del Proveedor de Medios por medio de comunicados de prensa, correos electrónicos, llamadas telefónicas y redes sociales.
- Los proveedores tuvieron desde el **3 de abril hasta el 29 de mayo del 2019** para responder.
 - Los proveedores tuvieron desde el 3 hasta el 12 de abril del 2019 para enviar preguntas sobre el proceso de solicitud de propuesta.
 - Las preguntas recibidas de los proveedores se publicaron el 26 de abril del 2019 en 2020.wmglobal.com con las respuestas de "Team Y&R."
 - La fecha límite para la entrega de propuestas se extendió del 24 al 29 de mayo del 2019 para darle más tiempo a los proveedores para responder debido a los problemas que surgieron y señalados a continuación.
 - Los proveedores que tuvieron dificultades técnicas recibieron tiempo adicional para enviar su propuesta, siempre y cuando proporcionaran la siguiente información:
 1. El código de referencia de la propuesta (ID de 6 caracteres, tales como ABCDEF)
 2. El problema específico que tuvieron (p. ej., iniciar sesión, respuesta lenta, cargar archivos, etc.)
 3. Tantos detalles como fuera posible (p. ej., tipo de archivo, tamaño del archivo, etc.)
 4. El mensaje de error que recibieron
 5. Una captura de pantalla de la dificultad técnica que tuvieron
 6. La dirección de correo electrónico asociada con la propuesta que trataron de presentar

- No se consideraron envíos tardíos después de la fecha de vencimiento extendida del 29 de mayo de 2019.

“Team Y&R” se esforzó para asegurarse de que todos los proveedores de medios, incluyendo las empresas pequeñas y propietarios minorías, recibieran el aviso de la próxima compra y tuvieran la oportunidad de presentar propuestas para ser puestas a consideración en la campaña de medios pagados.

Las pautas siguientes se utilizaron para determinar si un proveedor de medios cumplía con los requisitos para participar en la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020:

- El proveedor debe presentar una propuesta de publicidad para la campaña de medios pagados del 2020 a través del Portal RFP de la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020 en 2020.wmglobal.com
- El proveedor debe aceptar los términos requeridos para trabajar en la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020
- El proveedor debe aceptar proporcionar prueba de desempeño/colocación
- El proveedor debe aceptar los términos de pago de medios (no se realizarán pagos parciales ni prepagos, y el pago se hará después de recibir una factura válida y prueba de desempeño)
- El proveedor debe aceptar adherirse a actuar con una buena práctica (por ejemplo, cuando un proveedor no puede operar conforme a lo ordenado originalmente, debe ejecutar el anuncio en otra hora que tenga el mismo alcance y frecuencia que la orden original)

Además, cada proveedor debía cumplir los siguientes requisitos:

- Tener una dirección de correo postal en los EE. UU. con una identificación fiscal válida.
- Ser una empresa con un número de identificación fiscal válido de los EE. UU. o ser una entidad tribal.
- Cumplir con las disposiciones FAR Flow down FAR 5.501, FAR 5.503, FAR 52.244-6.
- Firmar y estar de acuerdo con un contrato de confidencialidad.
- Ser más eficaz y eficiente al proporcionar cobertura de medios pagados para las audiencias y los idiomas que se incluyen como parte de la campaña de medios pagados que otros proveedores de medios que también presentaron propuestas.

La campaña de medios pagados abarca diversos medios de comunicación a través de plataformas de medios tradicionales y digitales. La Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020 incluye las siguientes plataformas de comunicación:

- Televisión nacional
- Radio nacional
- Televisión local

- Radio local
- Medios impresos locales
- Eventos
- Medios impresos nacionales
- Publicidad exterior (OOH)
- Digital

La selección del plan de medios que se basa en el presupuesto de medios pagados actual es definitiva. En este momento, no se puede predecir si se asignarán fondos adicionales para la publicidad.

Información de contacto

Vea la información de contacto a continuación para conocer las agencias que administran la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020. Los proveedores de medios deben comunicarse con "Team Y&R" para todas las consultas de compra de medios ya que la Oficina del Censo de los EE. UU. no contratará directamente a ningún proveedor de medios para la campaña de medios pagados.

Lista de contactos de Team Y&R	Persona de contacto	Correo electrónico	Audiencia/ Mercado
Carol H. Williams Advertising	David Scott Jr., Vicepresidente, director de planeación grupal	2020@carolhwilliams.com	Audiencias negras/ afroamericanas
Culture ONE World	Raul Aliaga, Vicepresidente, director de grupo de medios	media@cultureoneworld.com	Audiencias hispanas/ brasileñas
G&G Advertising	Gerald Gray, Vicepresidente	ggray@gng.net	Audiencias de nativos de Alaska/indígenas de las Américas
Reingold	John Otmany, Director de mercadotecnia digital	2020media@reingold.com	Digital
TDW+Co	Eileen Tran, Directora de medios	media@tdwandco.com	Audiencias asiático- americanas
The Kālaïmoku Group	John Aeto, Presidente	2020@kalaimoku.com	Audiencias de Hawái/islas del Pacífico
Wavemaker	Julie Lee, Directora general	2020@wmglobal.com	Nacional
Wavemaker PR	Lourdes Ocasio, Socia directora	2020puertorico@wmglobal.com	Puerto Rico
All Press Inquiries	Ann Davison, Directora	2020press@vmlyr.com	Prensa/grupos interesados externos

Para más información sobre la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020 o del proceso de solicitud de propuesta, envíe un correo electrónico a 2020@wmglobal.com o visite 2020.wmglobal.com.