

# Campaña de Publicidad Pagada del Censo del 2020 al 20 de noviembre de 2020

## El Censo del 2020 y la Publicidad Pagada

El Censo del 2020 es la recopilación más extensa de información estadística 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 ayudan a informar cómo más de \$675 mil millones de dólares en fondos federales serán distribuidos a las comunidades locales cada año.

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

La campaña del Censo del 2020 combinó el aprendizaje adquirido durante décadas anteriores con una investigación exhaustiva sobre los cambios constantes en el panorama de los medios para abordar nuevos retos y aprovechar nuevas oportunidades. Por primera vez, toda la población pudo responder por internet. Mientras tanto, la publicidad digital impulsó la respuesta directa, a fin de guiar a las personas directamente desde los anuncios digitales al formulario del Censo del 2020.

El entorno de los medios de comunicación en el 2020 es muy distinto al del 2010, lo que permite que la campaña básica de publicidad pagada del Censo del 2020:

- llegue a más personas con una frecuencia más alta que en el 2010 y
- tenga una mayor inclinación hacia los canales digitales.

Los niveles sin precedente de publicidad política, y el surgimiento de la pandemia de COVID-19 y sus consecuencias económicas y de salud pública, hicieron que la Oficina del Censo actuara de manera rápida y eficaz para adaptarse a la dinámica del mercado y aumentar la inversión general en medios pagados durante la campaña del 2020.

## El "Team Y&R"

En agosto de 2016, VMLY&R (antes Y&R) fue otorgado el contrato de comunicaciones integradas (ICC, por sus siglas en inglés), para la campaña del Censo del 2020. Como agencia principal encargada del contrato, [VMLY&R](#) creó un equipo integrado, denominado "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](#), [Guidehouse](#), [PSB](#), [Quantasy](#), [Hogarth](#), y [Subject Matter](#).

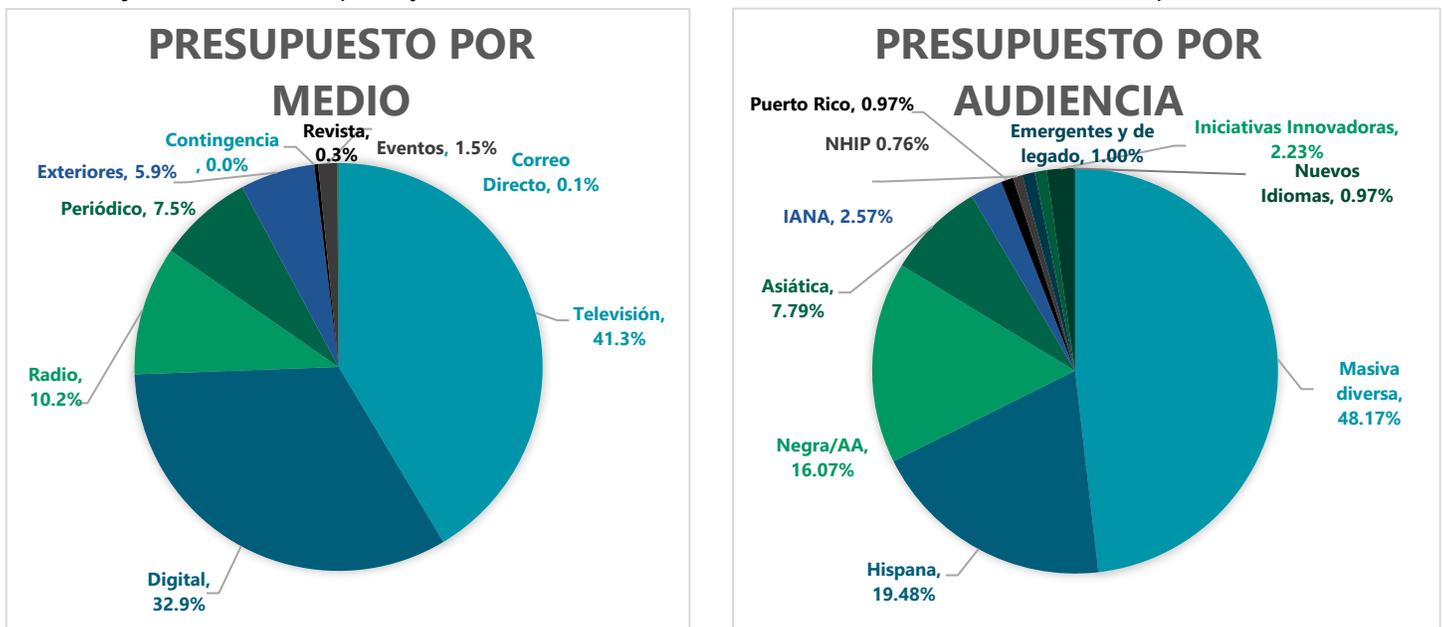
“Team Y&R” dirige y administra todos los esfuerzos de compra de medios directamente con los proveedores de medios. Todas las negociaciones y/o contrataciones de medios con los proveedores de medios son realizadas por “Team Y&R” y no la Oficina del Censo. “Team Y&R” y la Oficina del Censo de los EE. UU. participaron en un proceso colaborativo para la toma de decisiones sobre los planes finales.

Wavemaker lidera el equipo de compras y planificación de medios de “Team Y&R”, incluyendo los mercados y canales nacionales. El equipo de medios además incluye a Reingold (medios digitales directos/canales de contenido), Carol H. Williams Advertising (audiencias negra/afroamericana/del África Subsahariana/afrocaribeña), Culture ONE World (audiencias de habla hispana/español y brasileña/portugués), TDW+Co (audiencias asiático-americanas), G&G Advertising (audiencias indígenas de las Américas y nativos de Alaska), The Kālimoku Group (audiencias nativas de Hawái y otras islas del Pacífico), y Wavemaker Puerto Rico (audiencia puertorriqueña). La campaña básica va dirigida a audiencias en inglés y otros doce idiomas: árabe, chino (mandarín y cantonés), francés, criollo haitiano, japonés, coreano, polaco, portugués, ruso, español, tagalo y vietnamita. “Team Y&R” incluye a pequeñas empresas, cinco de ellas propiedad de minorías<sup>1</sup>.

Estas empresas fueron responsables de todas las compras y contrataciones directamente con los proveedores de medios.

### Distribución de la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020

La Campaña actualizada de medios pagados del Censo del 2020 estuvo en efecto hasta septiembre del 2020. Su objetivo es motivar a toda la población de los Estados Unidos a responder al Censo del 2020 utilizando el modo de respuesta que prefirieran. La distribución inicial del presupuesto para medios fue realizada con base en los objetivos de la campaña y en los criterios de evaluación de medios recomendados por “Team Y&R”.



<sup>1</sup> Carol H. Williams Advertising, Culture ONE World, G&G Advertising, TDW+Co, y The Kālimoku Group (TKG) son propiedad de minorías.

IANA – Indígena de las Américas o Nativa de Alaska. NHIP – Nativo de Hawái o de otras Islas del Pacífico.

## Cifras de alcance y frecuencia del censo de 2020

Fase del censo 2020	Semanas	Alcance y frecuencia
Concientización (1/14 – 3/12)	Audiencias difíciles de contar: 9 Semanas Masiva diversa: 4 Semanas	99.8%   26.8x
Motivación extendida (3/13-8/2)	Audiencias difíciles de contar: 20 Semanas Masiva diversa: 20 Semanas	99.99%   323.2x
Recordatorio (8/3-9/27)	Audiencias difíciles de contar: 9 Semanas Masiva diversa: 9 Semanas	99.7%   15.7x

## Inversión en publicidad pagada por audiencia

Audiencia	Campaña básica de medios pagados 2020		Extensión de la campaña 2020		Campaña actualizada de medios pagados 2020	
Masiva diversa (T)*	\$86.0MM	28.20%	\$18.8MM	27.69%	\$104.8MM	28.10%
Masiva diversa (D)*	\$67.8MM	22.20%	\$11.1MM	16.35%	\$78.9MM	21.16%
Hispana	\$62.3MM	20.40%	\$12.0MM	17.67%	\$74.3MM	19.92%
Negra/AA	\$46.9MM	15.40%	\$14.4MM	21.21%	\$61.3MM	16.44%
Asiática	\$23.9MM	7.80%	\$5.8MM	8.54%	\$29.7MM	7.96%
IANA	\$7.5MM	2.50%	\$2.3MM	3.39%	\$9.8MM	2.63%
Puerto Rico	\$2.8MM	0.90%	\$0.9MM	1.33%	\$3.7MM	0.99%
NHIP	\$2.3MM	0.80%	\$0.6MM	0.88%	\$2.9MM	0.78%
Emergentes y de legado	\$2.8MM	0.90%	\$1.0MM	1.47%	\$3.8MM	1.02%
Nuevos idiomas**	\$2.7MM	0.90%	\$1.0MM	1.47%	\$3.7MM	0.99%
	<b>\$305.0MM</b>	100%	<b>\$67.9MM</b>	100%	<b>\$372.9MM</b>	100%
Iniciativas innovadoras***	\$8.5MM				8.5MM	
Contingencias	\$10.0MM					
<b>Inversión Total</b>	<b>\$323.5MM</b>		<b>\$67.9MM</b>		<b>\$381.4MM</b>	

\*T (La letra T significa tradicional) \*D (La letra D significa digital)

*\*\*Nuevos idiomas – Consulte la lista completa en Extensión de la campaña.*

*\*\*\* Iniciativas innovadoras – Estas son iniciativas que fueron únicas y podrían incluir múltiples canales de medios, mercados y audiencias. Las iniciativas innovadoras no fueron originalmente parte de la propuesta publicitaria y se concentraron en áreas geográficas específicas y están sujetas a cambios.*

## Cobertura del mercado nacional vs. local

Los esfuerzos nacionales están diseñados para cubrir a todos los mercados. Sin embargo, se identificaron mercados locales específicos para llegar a las poblaciones que históricamente tienen respuesta baja.

La inversión en medios pagados para el Censo del 2020 estuvo distribuida entre el mercado nacional y local de la siguiente manera:<sup>2</sup>

	COMPRA EN MEDIOS NACIONALES	COMPRA EN MEDIOS LOCALES
<b>Censo del 2010<sup>3</sup></b>	49%	51%
<b>Campaña básica del Censo del 2020</b>	66.2%	33.8%
<b>Campaña actualizada del Censo del 2020</b>	58%	42%

## Fases de compra de medios pagados del Censo 2020

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

1. **“Pre-compra 2020”, evento anual de compra de medios** (comenzó en abril de 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 temprano en el proceso debido a la cantidad prolongada 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. **Campaña básica de medios pagados 2020** (comenzó en abril de 2019) – “Team Y&R” llevó a cabo un proceso abierto de solicitud de propuesta (RFP, por sus siglas en inglés) para proveedores de medios basados en los EE. UU. Cualquier proveedor podía someter su propuesta para la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020. Sin embargo, sólo fueron evaluadas aquellas propuestas compatibles con los idiomas utilizados en la campaña. Las demás propuestas fueron aceptadas, pero no fueron evaluadas si no se agregaban audiencias adicionales a la campaña y/o había fondos adicionales disponibles para las mismas.

<sup>2</sup> La tabla de compra de medios nacionales vs. locales de 2010 representa los dólares de medios pagos originales más la recuperación.

<sup>3</sup> Los datos del censo de 2010 no están ajustados según la inflación.

3. **Campaña actualizada de medios pagados 2020** (comenzó en marzo de 2020) – “Team Y&R” contrató a proveedores que habían presentado propuestas y que podían cumplir con todos los requisitos descritos anteriormente. Se evaluaron todas las propuestas enviadas que cumplieron con los nuevos criterios de la campaña y/o nuevas audiencias incluidas en la campaña. “Team Y&R” invitó a los proveedores a presentar sus mejores propuestas para ser considerados si llegara a haber fondos adicionales disponibles. Las propuestas debían enviarse a [2020.wmglobal.com](https://2020.wmglobal.com).
4. **Extensión de la campaña** (comenzó en julio de 2020) – Los anuncios aparecieron en inglés y en otros 12 idiomas en múltiples plataformas, incluyendo radio, televisión, medios impresos y digitales y al aire libre (vallas publicitarias y paradas de autobús), con 21 idiomas adicionales cubiertos en publicidad en periódicos y 11 idiomas adicionales en búsqueda pagada.

Inglés	Búlgaro	Lituano
Árabe	Croata	Malayalam
Chino cantonés	Checo	Nepalí
Chino mandarín	Holandés	Portugués
Francés	Farsi	Punjabi
Criollo haitiano	Alemán	Rumano
Japonés	Griego	Serbio
Coreano	Gujarati	Eslovaco
Polaco	Hebreo	Somalí
Portugués	Hindi	Tamil
Ruso	Hmong	Telugu
Español	Húngaro	Tailandés
Tagalo	Indonesio	Ucranio
Vietnamita	Italiano	Urdu
Armenio	Jemer	Yídish

5. **Extensión de búsqueda pagada** (comenzó el 15 de octubre de 2020) – La búsqueda pagada para las audiencias masiva diversa e hispana ayudo a aclarar desinformación, las preguntas frecuentes (FAQ) y los rumores sobre el censo de 2020.

Las negociaciones y los compromisos con todos los medios pagados para la Campaña básica del Censo del 2020 finalizaron en diciembre de 2019. Los proveedores no seleccionados fueron notificados.

### Solicitud de propuestas y proceso para proveedores de medios

Como se describió anteriormente, los proveedores de medios tuvieron la oportunidad de someter propuestas para ser considerados en la Campaña básica 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, revistas, periódicos y medios digitales directos/contenido, las cuales estuvieron disponibles el Día del Proveedor de Medios del Censo del 2020 (“Media Vendor Day”).

El evento se llevó a cabo el 3 de abril de 2019 en Nueva York, y el 5 de abril de 2019 en Puerto Rico, para informar a los posibles proveedores sobre la Campaña básica de medios pagados del Censo del 2020, así como para responder preguntas sobre el proceso de solicitud de propuesta. El Día del Proveedor de Medios se llevó a cabo en persona y fue transmitido en vivo a los proveedores. El evento realizado el 3 de abril de 2019 también fue grabado y puesto a disposición de quienes no pudieron asistir o ver la transmisión en vivo. La grabación estuvo disponible en YouTube a partir del 10 de abril de 2019.

- “Team Y&R” promovió el Día del Proveedor de Medios mediante 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 fueron publicadas el 26 de abril del 2019 en [2020.wmglobal.com](https://2020.wmglobal.com) con las respuestas de “Team Y&R”.
  - La fecha límite para la someter propuestas fue extendida del 24 al 29 de mayo de 2019 para permitir más tiempo a los proveedores de responder, debido a problemas técnicos que surgieron, señalados a continuación:
    - A aquellos proveedores que tuvieron dificultades técnicas se les otorgó tiempo adicional para enviar su propuesta, siempre y cuando proporcionaran la siguiente información:
      1. El código de referencia de su propuesta (ID de seis caracteres)
      2. El problema específico que tuvieron (ej. Inicio de sesión, respuesta lenta, carga de archivos, etc.)
      3. Tantos detalles como fuera posible (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 someter.
- No se consideraron envíos tardíos para la **Campaña básica de medios pagados del Censo del 2020** luego de la fecha de vencimiento extendida del 29 de mayo de 2019.
- Los proveedores podían enviar una propuesta al portal en cualquier momento si no lo habían hecho previamente, para ser considerados para cualquier presupuesto adicional que pudiera estar disponible.

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

Los siguientes criterios fueron utilizados para determinar si un proveedor de medios cumplía con los requisitos para participar en la Campaña básica de medios pagados del Censo del 2020:

- El proveedor debía someter una propuesta de publicidad para la Campaña de Medios Pagados del 2020 a través del Portal de la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020 en [2020.wmglobal.com](https://2020.wmglobal.com)
- El proveedor debía aceptar los términos requeridos para trabajar en la Campaña de Medios Pagados del Censo del 2020
- El proveedor debía aceptar proporcionar prueba de desempeño/colocación
- El proveedor debía aceptar los términos de pago de medios (no se realizarían pagos parciales ni pre-pagos, y el pago se haría luego de recibir una factura válida y la prueba de desempeño)
- El proveedor debía aceptar adherirse a la política de “make-good” (es decir, cuando un proveedor no pueda publicar o emitir el anuncio como se ordenó originalmente, debe hacerlo en otro momento 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.
- Ser una empresa con un número de identificación fiscal válido de los EE. UU. o ser una entidad tribal.
- Cumplir con las disposiciones de la Regulación Federal de Adquisiciones (FAR, por sus siglas en inglés) FAR 5.501, FAR 5.503, y FAR 52.244-6.
- Aceptar y firmar un contrato de confidencialidad.
- Ser más eficaz y eficiente al proporcionar cobertura de medios pagados para las audiencias y los idiomas incluidos en la campaña de medios pagados que otros proveedores de medios que también presentaron propuestas para las mismas audiencias e idiomas.

Toda propuesta nueva enviada al portal del proveedor debía cumplir con los mismos requisitos establecidos anteriormente.

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

- |                       |                   |              |
|-----------------------|-------------------|--------------|
| • Televisión nacional | • Radio local     | • Exteriores |
| • Radio nacional      | • Prensa nacional | • Eventos    |
| • Televisión local    | • Prensa local    | • Digital    |

La selección para el plan de medios basada en el presupuesto básico de medios pagados del Censo del 2020 fue definitiva. “Team Y&R” mantuvo el portal de proveedores abierto durante toda la campaña, y los proveedores pudieron presentar su mejor propuesta para la(s) audiencia(s) que alcanzan. En caso de producirse una inversión adicional, “Team Y&R” continuó revisando las propuestas que los proveedores enviaron al portal. Los proveedores no debían enviar propuestas directamente a la Oficina del Censo, debido a que las propuestas debían ser enviadas a través del portal para consideración en [2020.wmglobal.com](https://2020.wmglobal.com).

## Información de contacto

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

<b>Lista de contactos de Team Y&amp;R</b>	<b>Persona de contacto</b>	<b>Correo electrónico</b>	<b>Audiencia/ Mercado</b>
Carol H. Williams Advertising	David Scott Jr., Vicepresidente, Director de Grupo de Planificación	<a href="mailto:2020@carolhwilliams.com">2020@carolhwilliams.com</a>	Audiencias negras/ afroamericanas
Culture ONE World	Raúl Aliaga, Vicepresidente, Director de Grupo de Medios	<a href="mailto:media@cultureoneworld.com">media@cultureoneworld.com</a>	Audiencias hispanas/ brasileñas
G&G Advertising	Gerald Gray, Vicepresidente	<a href="mailto:ggray@gng.net">ggray@gng.net</a>	Audiencias de nativos de Alaska/indígenas de las Américas
Reingold	John Otmany, Director de Mercadeo Digital	<a href="mailto:2020media@reingold.com">2020media@reingold.com</a>	Digital
TDW+Co	Eileen Tran, Directora de medios	<a href="mailto:media@tdwandco.com">media@tdwandco.com</a>	Audiencias asiático- americanas
The Kālaïmoku Group	John Aeto, Presidente	<a href="mailto:2020@kalaimoku.com">2020@kalaimoku.com</a>	Audiencias de Hawái/Islas del Pacífico
Wavemaker	Julie Lee, Directora Gerente	<a href="mailto:2020@wmglobal.com">2020@wmglobal.com</a>	Nacional
Wavemaker PR	Lourdes Ocasio, Socia Directora	<a href="mailto:2020puertorico@wmglobal.com">2020puertorico@wmglobal.com</a>	Puerto Rico
Información general de prensa	Ann Davison, Directora	<a href="mailto:2020press@vmlyr.com">2020press@vmlyr.com</a>	Prensa/Grupos interesados externos

Para más información sobre la Campaña de medios pagados del Censo del 2020 o sobre el proceso de solicitud de propuesta, por favor envíe un correo electrónico a [2020@wmglobal.com](mailto:2020@wmglobal.com) o visite [2020.wmglobal.com](http://2020.wmglobal.com).