Publicidad

Marzo 2010 a febrero 2017



	096373		
Serie Ce	030313	_ 1 _ ACTAHOJA	Nº

//tevideo, 1° de abril de 2011.-

R 11.-430

VISTO el expediente EX11002396 en el que se promueve la aprobación de un Plan de Comunicación y Medios para el presente Ejercicio 2011; y, ------

CONSIDERANDO: I) que en su informe de 31 de enero ppdo. el Gerente de Relaciones Públicas indica:

- a) se requiere una política de comunicación planificada, que se adecue a las características de un mercado dinámico, cambiante y exigente, lo que implica encarar acciones concretas tanto informativas como publicitarias, siguiendo una estrategia acorde a las necesidades reales de UTE. Todo ello instrumentado a través de consistentes planes de medios que permitan maximizar la cobertura de los públicos objetivos deseados partiendo de una inversión siempre ajustada; -------

- d) atendiendo a las disposiciones vigentes en la materia se ha tenido en cuenta el porcentaje legal destinado a pautas en el SODRE, tanto en radio como en Canal 5 Televisión Nacional

II) que la inversión propuesta asciende a \$31.379.738, neto de IVA;



- III) que en sendos informes de 07-02-11 el Departamento Registro y Control Presupuestal expresa que teniendo en cuenta las asignaciones aprobadas por Decreto N° 396/0101 de 29-12-10, vigente por prórroga automática, a precios promedio 2010, el Rubro 2 ha sido imputado sin disponibilidad presupuestal suficiente para comprometer el monto de \$ 31:379.738 (neto de impuestos) en el ejercicio 2011; y que a nivel de Centro Gestor DIR el Rubro 2 presenta disponibilidad presupuestal suficiente para el Ejercicio 2011; ---
- IV) que en informe complementario del pasado 17 de marzo la Gerencia Relaciones Públicas indica:
- a) que en esta etapa la adjudicación no constituye una obligación para UTE de utilizar total o parcialmente el monto dispuesto para cada medio; -----
- c) destaca que la Comisión de Comunicación incorporó ciertas modificaciones de detalle y complementarias al Plan de Comunicación Institucional 2011, a las acciones propuestas en el mismo y especialmente al Plan de Medios asociado, agregando la versión actualizada del documento, ------

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE: -----

- -- 1°.- <u>Aprobar</u> el Plan de Comunicación Institucional y Medios Ejercicio 2011 que luce agregado de fs. 88 a 219 de estas actuaciones.
- -- 2°.- Ordenar al amparo del literal i) del numeral 3) del artículo 33 del TOCAF el gasto asociado al Plan aprobado precedentemente, por un monto máximo de \$ 31:379.738 (pesos uruguayos treinta y un millones trescientos setenta y nueve mil setecientos treinta y ocho), neto de impuestos. ------

Serie Ce 096375 -3-ACTA HOJA Nº.....

Para proceder conforme a lo previsto en la legislación aplicable en la materia y demás efectos asociados pase a las Gerencias Relaciones Públicas y Abastecimientos.

RE043011 EX11002396

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Dr. Ing. Genzalo Casaravilla

Presidente

Serie Ce 0100827 _ 1 _ ACTA HOJA Nº..... //tevideo, 26 de enero de 2012.-R 12.-74 VISTO el expediente EX11027468 en el que se promueve la aprobación de un Plan de Comunicación y Medios para el presente Ejercicio 2012; -----CONSIDERANDO: I) que en informe de 20-01-12 la Gerencia Relaciones Públicas expresa: ----a) se requiere una política de comunicación planificada, que se adecue a las características de un mercado dinámico, cambiante y exigente. Lo que implica encarar acciones concretas tanto informativas como publicitarias, siguiendo una estrategia acorde a las necesidades reales de UTE. Todo ello instrumentado a través de consistentes planes de medios, gestionados técnicamente, que permitan maximizar cobertura de los públicos objetivos deseados partiendo de una inversión siempre ajustada; ----b) la planificación estructurada tiene entre sus principales objetivos potenciar la relación empresa - cliente y empresa sociedad, con una fuerte apuesta al fortalecimiento de la marca. Sobre estas bases comunicacionales la Comisión de Comunicación ha proyectado una planificación concreta para el presente año, contando para ello con el asesoramiento de la Agencia Perfil: ----c) para cada una de las necesidades de comunicación se desarrolló una adecuada concentración de medios, lo que significó realizar una distribución de la inversión en un conjunto de medios seleccionados técnicamente (según audiencia,

alcanzar la máxima cobertura; -----d) la tarea indicada precedentemente se desarrolla internamente, atendiendo insumos propios y el aporte de la Agencia mencionada, de forma tal de optimizar aun más la gestión, profesionalizando el estudio del mercado de medios, tanto tradicionales como emergentes y alternativos, con

inserciones, costo por contacto, etc.) para que el monto asignado logre el impacto buscado con el objetivo final de

promedio de lectores, cobertura, costo de las

RE007412-26012012-A17989-1/4

COD. 608372 - 10.000 - Serie Ce 091,001 at 101,000 - 03/2010 - RILDA S.A.

segmentaciones apropiadas, tanto del público objetivo como medios para alcanzarlos; -----

- e) en la planificación se ha tenido en cuenta el porcentaje legal destinado a pautas en el SODRE, que se incorpora, tanto en radio como también en Canal 5 Televisión Nacional: ------
- f) el conjunto de medios y espacios propuestos para utilizar en cada una de las acciones a emprender se seleccionarán oportunamente en función de la combinación más conveniente para UTE, no obligándose la Administración a utilizar la totalidad del monto que se asigne a cada empresa de comunicación; ------
- g) lo excluyente para este año es la conmemoración de los 100 años de UTE, lo que se verá reflejado en diversas acciones comunicacionales y publicitarias; ------
- h) se ha considerado especialmente el último Informe CIER sobre Satisfacción del Cliente Residencial urbano, a los efectos de direccionar las campañas previstas de forma tal de obtener una mejor comunicación con los mismos y atender sus demandas; ------
- j) la ordenación del gasto por la inversión propuesta corresponde realizarla al amparo del literal i) del numeral 3° del artículo 33 del TOCAF, que impone contar -antes de someter los obrados a dictamen del Tribunal de Cuentas-, con la certificación del Ministerio de Economía y Finanzas,; ------
- II) que en informe complementario de 23-01-12 la Gerencia Relaciones Públicas detalla las diversas acciones de comunicación a emprender, con un detalle sobre su necesidad y objetivo, indicando además los tipos de medios a utilizar para su correcta difusión e indica que si bien el monto neto de IVA ascenderá a \$ 41.067.625, teniendo presente que por la aplicación del Plan 2011 "... surgieron adjudicaciones

Serie Ce 0100828

- 3 - ACTA HOJA Nº.....

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE: -----

-- 1º.- Aprobar el Plan de Comunicación Institucional y Medios/ Ejercicio 2012 que luce agregado de fs. 27 a 162 de estas actuaciones.

COD, 609372 - 10,000 - Serie Ce 091,001 at 101,000 - 03/2010 - RILDA S.A.



A sus efectos pase a la Gerencia General, comunicándose ésta a la Gerencia Relaciones Públicas.

RE007412

EX11027468

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Dr. Ing. Gonzalo Casaravilla

-Presidente

erie Ce 0103588 -1 - ACTA	HOJA №
//tevideo, 9 de febrero de 2012	
R 12187	
VISTO el expediente EX11027468, en el c 26-01-12 se aprobó el Plan de Comunic Medios del Ejercicio 2012;	
RESULTANDO: I) Que la ordenación del hacerla al amparo del literal i) del numeral : TOCAF, que impone contar con certificaci Economía y Finanzas (M.E.F.);	3° del artículo 33 del ón del Ministerio de
II) Que por el numera R 1274 se dispuso que se elevaran nuev con informe de existencia de disponibilida cubrir el monto de \$ 22:526.407 (neto de ir de ordenar el gasto y requerir la referi	l 2° de la citada amente los obrados d presupuestal para npuestos), a efectos da certificación del
M.E.F.; y	
CONSIDERANDO el informe de 03-02-12 Registro y Control Presupuestal que expre cuenta las asignaciones aprobadas por D de 29-12-11, para el Presupuesto 2011 y automática y dada la nueva situación presu presenta créditos disponibles para compre \$ 22:526.407 (neto de impuestos) en habiéndose efectuado la reserva presupues	esa que teniendo en ecreto N° 480/2011 vigente por prórroga puestal, el Grupo 12 ometer el monto de el Ejercicio 2012,
EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE:	
1° Ordanar al ampara dal litaral i) dal ni	moral 2º dal artígula



-- 2°.- <u>Ofíciese</u> al Ministerio de Economía y Finanzas en los términos del proyecto que deberá remitir la Gerencia Relaciones Públicas.-----

Para proceder conforme a lo previsto en la legislación aplicable en la materia y demás efectos pase a la Gerencia Relaciones Públicas, debiendo remitirse a la Secretaría General con el proyecto de oficio a cursar al Ministerio de Economía y Finanzas para cumplimiento del numeral 2°. Una vez que se cuente con la certificación del M.E.F. debe gestionarse la correspondiente intervención del Tribunal de Cuentas.-----

RE018712

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Ing. César Briozzo Vicepresidente

COD. 609372 - 20.000 - Serie Ce 103.001 al 123.000 - 10/2011 - OT/6320 - RILDA S.A.

Administración Nacional de Usinas y Trasmisiones Eléctricas Directorio

Serie Ce 0109249 - 1 - ACTA HOJA Nº..... //tevideo, 6 de diciembre de 2012.-R 12.-1918 VISTO el expediente EX12026586 en el que se promueve la aprobación de un Plan de Comunicación y Medios para el Ejercicio 2013; y ---CONSIDERANDO: I) que en su informe de 05-12-12 la Gerencia Relaciones Públicas expresa que: ----a) se requiere una política de comunicación planificada, que se adecue a las características de un mercado dinámico, cambiante y exigente, lo que implica encarar acciones concretas tanto informativas como publicitarias, siguiendo una estrategia acorde a las necesidades reales de UTE. Todo ello instrumentado a través de consistentes planes de medios que permitan maximizar la cobertura de los públicos objetivos deseados partiendo de una inversión siempre ajustada; -----b) la evolución de la inversión publicitaria y de comunicación de UTE, responde básicamente a que, si bien es cierto que el producto que se comercializa es el mismo, la multiplicidad de servicios asociados necesita una comunicación específica y oportuna;--c) la planificación estructurada tiene entre sus principales objetivos potenciar la relación empresa - cliente y empresa sociedad, con una fuerte apuesta al fortalecimiento de la marca. Sobre estas bases comunicacionales la Comisión de Comunicación ha proyectado una planificación concreta para el próximo año, contando para ello con el asesoramiento de la Agencia Perfil; ----d) para cada una de las necesidades de comunicación se



- e) la tarea indicada precedentemente se desarrolla internamente atendiendo insumos propios y el aporte de la Agencia mencionada, de forma tal de optimizar aún más la gestión, profesionalizando el estudio de mercado de medios, tanto tradicionales como emergentes y alternativos, con segmentaciones apropiadas, tanto el público objetivo como medios para alcanzarlos;-------
- f) en la planificación se ha tenido en cuenta el porcentaje legal destinado a pautas en el SODRE, que se incorpora, tanto en radio como también en Canal 5 Televisión Nacional;------
- g) el conjunto de medios y espacios propuestos para utilizar en cada una de las acciones a emprender se seleccionarán oportunamente en función de la combinación más conveniente para UTE, no obligándose la Administración a utilizar la totalidad del monto que se asigne a cada empresa de comunicación;------
- h) se prevé una asignación a producciones privadas en diversos medios, que serán consideradas y tenidas en cuenta según necesidad y oportunidad;-----
- i) se plasma una fuerte comunicación en el interior del país, lo que se refleja en la convocatoria de medios locales, que cuentan con audiencias específicas a las cuales muchas veces no es posible acceder mediante los medios de alcance nacional, maximizando de esta forma la cobertura, para lo que se buscó estructurar la planificación en base a unidades físicas, pues podría inducir a error considerar los valores de inversión porcentuales ya que, como es sabido, los costos de los espacios en el interior del país resultan relativamente más bajos;-------
- j) se ha considerado especialmente el último Informe CIER sobre Satisfacción del Cliente Residencial urbano, a efectos de direccionar las campañas de carácter comercial previstas de forma tal de obtener una mejor comunicación con los mismos y atender sus demandas:------
- k) en lo que refiere a la comunicación institucional el objetivo será siempre generar un compromiso empresa – sociedad que ponga de manifiesto las distintas acciones dirigidas a la misma y su correcta difusión, tales como la Electrificación Rural de viviendas y escuelas, auspicios publicitarios culturales,

Serie Ce 0109250 _ 3 _ ACTA HOJA Nº..... comunitarios y deportivos, todo lo cual agrega valor de marca y constituyen muestras concretas de responsabilidad social corporativa:----I) que la inversión propuesta asciende a \$ 59:788.854, neto de m) la ordenación del gasto por la inversión propuesta corresponde realizarla al amparo del numeral 9, literal C), artículo 33 del TOCAF, que impone contar -antes de someter los obrados a dictamen del Tribunal de Cuentas- con la certificación del Ministerio de Economía y Finanzas;-----II) que en informe de 06-12-12 el Departamento Registro y Control Presupuestal expresa que teniendo en cuenta las asignaciones aprobadas por Decreto N° 480/2011 de 29-12-11, para el Presupuesto 2011, vigente por prórroga automática, el Grupo 2 no presenta créditos disponibles para comprometer e incorporar en el Ejercicio 2013 el monto de \$ 59:788.854 (neto de IVA);------EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE: ------- 1°.- Aprobar el Plan de Comunicación Institucional y Medios Ejercicio 2013 que luce agregado de fs. 10 a 120 de estas actuaciones. ------- 2°.- Requerir, a efectos de ordenar el gasto y requerir la certificación del Ministerio de Economía y Finanzas, que a la máxima brevedad posible la Gerencia General eleve nuevamente estos obrados, con informe del Departamento Registro y Control Presupuestal respecto a la existencia de disponibilidad presupuestal suficiente para cubrir el monto a ser ordenado. ----

A sus efectos pase a la Gerencia General, comunicándose ésta a la Gerencia Relaciones Públicas.

RE191812 EX12026586

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Dr. Ing. Gonzalo Casaravilla Presidente

Serie Ce 0111567 - 1 - ACTA HOJA Nº...... //tevideo, 31 de enero de 2013.-R 13.-122 VISTO el expediente EX12026586, en el que por R 12.-1918 de 06-12-12 se aprobó el Plan de Comunicación Institucional y Medios del Ejercicio 2013;-----RESULTANDO: I) Que la ordenación del gasto corresponde hacerla al amparo del numeral 9°, literal C) del artículo 33 del TOCAF, que impone contar con certificación del Ministerio de Economía y Finanzas (M.E.F.);-----II) Que en el numeral 2° de la citada R 12.-1918 se dispuso que se elevaran nuevamente los obrados con informe de existencia de disponibilidad presupuestal para cubrir el monto de \$ 59:788.854 (neto de impuestos), a efectos de ordenar el gasto y requerir la referida certificación del M.E.F.; y--CONSIDERANDO informe de 25-01-13 del que en Departamento Registro y Control Presupuestal se expresa que, teniendo en cuenta las asignaciones aprobadas por Decreto N° 398/2012 de 12-12-12 para el Presupuesto 2012, vigente por prórroga automática, el Grupo 2 ha sido imputado con disponibilidad por el monto de \$ 59:788.854 (neto de impuestos) en el Ejercicio 2013,---EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE:----- 1°.- Ordenar, al amparo del numeral 9°, literal C) del artículo

33 del TOCAF, el gasto asociado al Plan aprobado por R 12.-1818 de 06-12-12, por un monto máximo de \$ 59:788.854 (pesos uruguayos cincuenta y nueve millones, setecientos ochenta y ocho mil ochocientos cincuenta y cuatro) neto de impuestos.------

-- 2°.- Ofíciese al Ministerio de Economía y Finanzas en los términos del caso, con remisión de este expediente.----



Cúmplase por Secretaría General el oficio dispuesto. Una vez que se cuente con la certificación del M.E.F., a efectos de gestionar la correspondiente intervención, remítanse las presentes actuaciones al Tribunal de Cuentas.-----

RE012213 EX12926586 NO80653

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Dr. Ing. Gonzalo Casaravilla Presidente

NOTA Nº 80653 M.E.F.

Serie	Ce 0121877		HOJA Nº
	evideo, 19 de diciembre de 201	l 3	
	132137		
	ISTO el expediente EX130134 probación de un Plan de Co jercicio 2014; y	71, en el que s municación y M	e promueve la ledios para el
	ONSIDERANDO: I) que en infe elaciones Públicas expresa que	orme de 09-12-	13 la Gerencia
	la Planificación Estratégica d y Comercial para el año 2 sustenta a partir de la prer primordial de UTE es brindar con continuidad y calidad pa sus clientes y de la poblac requiere asimismo una adecu desarrolladas, mediante u permanente con la sociedad;	e la Comunicaci 014 se ha estr nisa básica de r un servicio elé ra satisfacer las ión en general uada difusión de una comunicac	ructurado y se que la misión ctrico eficiente, s demandas de Este objetivo las actividades ción fluida y
	el propósito esencial es info operativo y de servicio y atributos asociados al prode intangibles que ofrece la confort y seguridad, con el adoptar hábitos de co procedimientos sistemáticos;	rmar sobre tem al mismo tiemp ucto, en particu energía eléctric objetivo claro de onsumo eficie	as de carácter o resaltar los lar los valores a, tales como e persuadirlo a nte mediante
	la evolución de la inversión de UTE responde básicamer el producto que comercializa	publicitaria y de nte a que, si bie a es el mismo, necesita una planificación est etivos potencia a-sociedad, co	e comunicación n es cierto que la multiplicidad comunicación ructurada tiene ar la relación
) sobre estas bases comunica planificación concreta para e	cionales se ha ¡	

ello con la participación de la Comisión de Comunicación, incorporándose la Agencia DDB contratada recientemente

mediante procedimiento licitatorio;-----



- g) se plasma asimismo, al igual que el año anterior, una fuerte comunicación en el interior del país, lo que se refleja en la convocatoria de medios locales, que cuentan con audiencias específicas a las cuales muchas veces no es posible acceder mediante los medios de alcance nacional;--
- h) se propone asignar al Plan de Medios un monto de \$65.000.000 y mantener en reserva un monto del orden de \$10.000.000 para auspicios publicitarios, producción de materiales y Stands, honorarios y gastos de Agencia y todo lo vinculado a las actividades complementarias;-------

- j) cada una de las necesidades comunicacionales se plasman en campañas o acciones específicas, parten de objetivos concretos, tienen características específicas y han sido concebidas y articuladas para una adecuada difusión:------
- k) Objetivos Generales:-----k1) Mejora de la percepción global de los atributos de la empresa;----
 - k2) Acercar la empresa a sus usuarios y clientes: Internalización y consolidación de acciones tales como "Valoremos la Energía Eléctrica" y "UTE PREMIA";-----
- I) para el año 2014 se planificaron una serie de acciones de comunicación de carácter institucional y comercial y se mantienen pendientes campañas vinculadas a la difusión de los Legados realizados por UTE en el interior del país, así como la internalización de planes de valoración de la energía eléctrica por parte de la sociedad y "UTE PREMIA", entre otras acciones comunicacionales y publicitarias;------
- m) se ha considerado especialmente el último Informe CIER sobre Satisfacción del Cliente Residencial urbano, a efectos de direccionar las campañas de carácter comercial previstas de forma tal de obtener una mejor comunicación con los mismos y atender sus demandas;------
- n) en lo que se refiere a la comunicación institucional el objetivo será siempre generar un compromiso empresa-sociedad que ponga de manifiesto las distintas acciones dirigidas a la misma y su correcta difusión, tales como la Electrificación Rural de viviendas y escuelas,

COD. 609372 - 20.000 - Serie Ce 103.001 al 123.000 - 10/2011 - OT/6320 - RILDA S.A.

- auspicios publicitarios culturales, comunitarios y deportivos, todo lo cual agrega valor de marca y constituyen muestras concretas de responsabilidad social corporativa;------
- o) las campañas publicitarias previstas en el Plan 2014 son las que se detallan a continuación, destacando que se encuentran desarrolladas en fs. 9 a 87 de las actuaciones:--

o1) COMUNICACIÓN COMERCIAL:

- Productos Comerciales de Atención a los clientes.
- · Plan Solar.
- Actualización de Base de Datos de los clientes para brindar nuevos servicios.
- Abatimiento de las pérdidas no técnicas (HURTO).
- · Opción Inteligente (Acciones directas).
- RENOVA- Nuevas prestaciones comerciales.

o2) COMUNICACIÓN CORPORATIVA E INSTITUCIONAL:

- · Institucional Naturaleza y Energía II.
- Valoremos la Energía Eléctrica.
- · Temáticas Institucionales y de Género.
- Autos Eléctricos.
- Difusión de Legados.

p) RESUMEN DE LA INVERSIÓN EN MEDIOS

1	INVERSIÓN EN MEDIOS PLANIFICADA PARA 2014	
MEDIOS	ALCANCE Y COBERTURA	IMPORTE EN PESOS
TELEVISIÓN	MONTEVIDEO E INTERIOR (REDES Y TV ABIERTA)	34.020.000
RADIO	MONTEVIDEO Y CADENAS DEL INTERIOR	15.660.000
PRENSA	DIARIOS y SEMANARIOS DE CAPITAL e INTERIOR (OPI)	9.580.000
VÍA PÚBLICA	MONTEVIDEO	1.200.000
INTERNET	PRINCIPALES PORTALES DE MEDIOS LOCALES E INDEPENDIENES	2.700.000
CINE	CIRCUITOS DE MONTEVIDEO	1,600.000
TOTAL	MONTOS NETOS DE IVA	64.760.000

Incluye SODRE y TNU (Canal 5).

	22	
Serie	Ce 0121879	ACTA HOJA №HOJA Nº
		ersión planificada para el Plan 2014 ectada solo por IPC. Respecto a los
	medios el incremento s	e afecta íntegramente a Televisión dades de difusión a través de este

sistema de medios;-----

- II) que en informe de 12-12-13 el Departamento Registro y Control Presupuestal expresa que teniendo en cuenta las asignaciones aprobadas por Decreto N° 52/2013 de 06-02-13, el Grupo 2 presenta créditos disponibles para comprometer el monto de \$ 65.000.000 en el Ejercicio 2013 para incorporar en el Ejercicio 2014,------

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE:-----

- -- 1°.- Aprobar el Plan de Comunicación Institucional y Medios Ejercicio 2014 a tenor del texto que luce de fs. 9 a 87 de estas actuaciones.-----
- -- 2°.- Ordenar al amparo del numeral 9°, literal C) del artículo 33 del TOCAF, el gasto asociado al Plan Institucional y Medios Ejercicio 2014, por un monto de \$ 65:000.000 (pesos uruguayos sesenta y cinco millones) neto de impuestos.-----
- -- 3°.- Oficiar al Ministerio de Economía y Finanzas en los términos del caso, con remisión de este expediente.----



Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Dr. Ing. Genzalo Casaravilla Presidente

Serie	Се	0121673	ACTAHC	JA №

//tevideo, 19 de diciembre de 2013.-

R 13.-2155

VISTO el expediente EX13013665, en el que la Gerencia Relaciones Públicas eleva complemento del Plan de Comunicación y Medios 2013 para realizar una acción publicitaria de carácter institucional para el cierre de gestión complementaria a la realizada en el año 2013; y------

CONSIDERANDO: I) que en informe de 18-12-13 la Gerencia Relaciones Publicas expresa que:-----

- a) en el marco del Plan Anual de Comunicación y Medios de 2013 no se había previsto originalmente la realización de una acción publicitaria de carácter institucional para el cierre de gestión, complementaria a la implementada para 2012 denominada entonces "Naturaleza y Energía";-------
- c) en tal sentido se ha venido trabajando con el aporte de la recientemente incorporada Agencia DDB como asesora externa en la materia, para instrumentar la campaña a partir de un spot institucional que jerarquice y acerque la actividad de UTE a sus clientes y usuarios, bajo un racional creativo de "Somos Amigos del sol, del viento y del agua", con un formato de saga del exhibido el año pasado;-------

- e) en función a estos elementos se ha previsto desarrollar un plan de medios que involucre a los canales de aire de Montevideo, que tienen cobertura nacional, conjuntamente con las redes y canales de abonados que complementan dicho alcance. A ello se agregará la convocatoria de canales locales en los departamentos del interior del país. Asimismo se propone reforzar la recordación del mensaje mediante una pauta complementaria en radio;--------
- g) en razón de ello se detallan las necesidades puntuales a los efectos de ordenar el gasto correspondiente, indicando que se incluye el porcentaje de inversión para el Canal 5 de acuerdo a las disposiciones vigentes;-------

2:500.000
600.000
1:100.000
600.000
5.200.000
1.040.000
6.240.000

h) a efectos presupuestales se ha previsto generar la baja parcial de algunas adjudicaciones que integran el actual Plan de Medios por entender que no serán utilizadas durante el presente Ejercicio, de forma tal de lograr que la inversión que se plantea en esta ocasión no generará un aumento de los compromisos actuales del Centro Gestor Directorio en el Reglón Presupuestal 221 Publicidad y propaganda. Los mismos son Búsqueda, El País, OPI, Medios Digitales, CBS, Movimagen, Publinter TV, Radios Montecarlo, Espectador, Grupo Sarandí y Océano FM;------

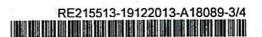
Serie Ce 0121674 ACTAHOJA Nº.....HOJA Nº.....

- i) en cuanto a las radios que serán convocadas, cabe resaltar que las mismas están incluidas dentro del Plan Anual y se cuenta con disponibilidad para hacer frente a la inversión necesaria;------
- j) en suma, en esta instancia se solicita someter a consideración el presente complemento del Plan Comunicación Institucional y Medios para 2013, con los fundamentos invocados y requerir la autorización pertinente para gestionar la contratación de los espacios en los medios convocados, actuando al amparo de lo dispuesto por el TOCAF, Artículo 33, Inciso C, literal 3 y según oficio 2643/98 del Tribunal de Cuentas, en el entendido que este complemento abarca prácticamente el espectro televisivo nacional para la realización de la campaña institucional;------

II) que en informe de 18-12-13 el Departamento Registro y Control Presupuestal expresa que teniendo en cuenta las asignaciones aprobadas por Decreto 52/013 de 06-02-13 para el Presupuesto 2013, el Rubro no presenta disponibilidad presupuestal suficiente para comprometer el monto de \$ 6.240.000 (neto de impuestos) en el Ejercicio 2013,------

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE:---

-- <u>Autorizar</u> el complemento del Plan de Comunicación y Medios 2013 a tenor de la propuesta informada por la Gerencia Relaciones Públicas, que luce de fs. 4 a 21 de estos obrados, ordenando a tales efectos un monto de \$ 6.240.000 (pesos uruguayos seis millones doscientos cuarenta mil) más impuestos.-----



Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Presidente

Serie Ce 129502

-1- ACTA 18111 HOJA Nº 59

//tevideo, 11 de julio de 2014.-

R 14.-1268

VISTO el expediente EX14004719, en el que la Gerencia Relaciones Públicas solicita la ampliación del monto aprobado por R 13.-2137 de 19-12-13 para el Plan de Comunicaciones y Medios 2014; y, ------

CONSIDERANDO que en informe de 10-07-14 la referida Gerencia expresa: ------

- a) Durante el presente año UTE viene desarrollando una comunicación institucional más dinámica y continuada con el propósito de acercar la Administración a la sociedad, especialmente cuando se encuentra en una coyuntura de profundo cambio de la matriz energética y de concreciones en materia de infraestructura, sin por ello descuidar las necesidades de inclusión social en temas energéticos.------
- c) Esto implica encarar acciones concretas de comunicación, tanto informativas como publicitarias para potenciar la relación empresa-cliente y empresa-sociedad, instrumentadas a través de consistentes planes de medios que permitan maximizar la cobertura de los públicos objetivos deseados partiendo de una inversión siempre ajustada. Las acciones vienen siendo planificadas por la Gerencia Relaciones Pública y la participación permanente

COD. 609372 - 20.000 - Serie Ce 123.001 al 143.000 - 12/2013 - OT/36448 - RILDA S.A.



de la Comisión de Comunicación, incorporándose la Agencia DDB contratada recientemente.----

- e) Para sostener el conjunto de acciones de comunicación se planificó una inversión en medios para alcanzar una correcta difusión del Plan de Comunicación aprobado. No obstante, la dinámica emprendida y las mayores necesidades de comunicación que han surgido durante el primer semestre del presente año hacen prever la conveniencia de incrementar la inversión prevista, habida cuenta de que para la segunda parte del año se tienen planificadas una serie de campañas publicitarias que debieron ampliarse y extenderlas temporalmente por razones de mejor impacto, o bien otras que no estaban previstas inicialmente y que han surgido recientemente.------
- f) Cada una de las necesidades comunicacionales se plasman en campañas o acciones específicas, parten de objetivos concretos, tienen características específicas y han sido concebidas y articuladas para una adecuada difusión.-----
- g) Por R 13.-2137 de 19-12-13 se aprobó el Plan de Comunicación y Medios para su implementación durante el presente año 2014, ordenando -al amparo del Art. 33, numeral 9° del literal C) del TOCAF- un monto de \$ 64.760.000, incluyendo los compromisos obligatorios al SODRE.-----

Serie Ce 129503

3 ACTA 18114 HOJA Nº 60

- h) Al culminar el primer semestre y luego de un análisis realizado por la Comisión de Comunicación, se concluyó que resulta necesario incrementar el monto asignado a la contratación de medios de comunicación. Dado que durante el segundo semestre se desarrollarán campañas vinculadas a eficiencia energética, Flota Eléctrica, aplicaciones comerciales, Plan Solar, emisiones de productos financieros, Legados, Electrificación Rural, Luces para Aprender, Aniversario, Prado, Álbum para niños, entre otras, se estima que el incremento se ubica en el orden del 60 % del total aprobado inicialmente.
- i) Teniendo en cuenta que las acciones de comunicación son necesarias para sostener el grado de información que requiere y espera la población de UTE, es que se solicita disponer la mencionada ampliación y a la mayor brevedad podamos contar con los recursos indicados, facilitando así la gestión operativa.------

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE: -----

-- 1°.- Ampliar el Plan de Comunicaciones y Medios 2014 en el monto de \$ 38:000.000 (pesos uruguayos treinta y ocho millones), ampliando el 60% en cada una de las adjudicaciones realizadas por la Gerencia Abastecimientos y vinculadas al referido Plan. El referido Plan no debe superar el tope general de gastos autorizados.

COD. 609372 - 20.000 - Serie Ce 123.001 al 143.000 - 12/2013 - OT/36448 - RILDA S.A

-- 2°.- Ordenar el referido gasto al amparo del Art. 33, numeral 9° del literal C) del TOCAF.

Para diligenciar lo dispuesto y demás que corresponde vuelva a la Gerencia Relaciones Públicas. -----

RE126714 EX14004719

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Dr. Ing. Gonzalo Casaravilla Presidente

Ce 133111 -1- ACTAHOJA №HO
video, 11 de diciembre de 2014
42496
STO el expediente EX14009023, en la que la Gerencia municación Corporativa y Responsabilidad Social propone ecuar el monto asignado al Plan de Comunicación y Medios 14;
SULTANDO: I) Que la R 13 2137 de 19-12-13 aprobó el n de Comunicación Institucional y Medios Ejercicio 2014 y enó, al amparo del numeral 9°, literal C) del artículo 33 del CAF, el gasto asociado al Plan Institucional y Medios
rcicio 2014, por un monto de \$ 65:000.000 (pesos guayos sesenta y cinco millones) neto de impuestos; II) Que por R 141268 de 11-07-14 se amplió
Plan de Comunicaciones y Medios 2014 en el monto de 38:000.000 (pesos uruguayos treinta y ocho millones), pliando el 60% en cada una de las adjudicaciones lizadas por la Gerencia Abastecimientos y vinculadas al
erido Plan, estableciendo que el referido Plan no debe perar el tope general de gastos autorizados y se ordenó el sto respectivo;
NSIDERANDO: I) que del informe de 08-12-14 de la erida Gerencia surge:
Durante el presente año se viene desarrollando una comunicación institucional diversa temáticamente y continuada atendiendo a las necesidades de la empresa en la materia, sustentada en una estrategia que viene siendo aplicada por la misma actuando en consonancia con la



d) De la asignación dispuesta por R 14.-1268 se dispuso gestionar hasta \$ 31.100.000 por cuestiones formales desafectando la diferencia de \$ 6.900.000; ------

- f) El Plan incluye de manera desagregada el conjunto de medios más conveniente de alcance nacional para la difusión de las campañas, destacándose que con el mismo se logra una cobertura adecuada de todo el país; -------

Serie Ce 133112 ACTAHOJA Nº..... II) que en informe de 11-12-14 el Departamento Registro y Control Presupuestal expresa que teniendo en cuentas las asignaciones aprobadas para el Presupuesto 2014, por Decreto 339/13 de 21-10-13, adecuadas precios enero-junio 2014, el Grupo 2 no presenta disponibilidad presupuestal suficiente para comprometer el monto de \$ 22.472.186 (neto de impuestos), para el Ejercicio 2014,-----EL DIRECTORIO DE U.T.E RESUELVE: ----- Adecuar el Plan de Comunicación y Medios 2014, ordenando un monto de \$ 22:472.186 (pesos uruguayos veintidós millones cuatrocientos setenta y dos mil ciento ochenta y seis), al amparo del numeral 3, literal C) del Art. 33 del TOCAF.-----Vuelva a sus efectos a la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social.----RE249614 EX14009023 Gonzalo Casaravilla Presidente Dr. Jorge J/ Fachola Secretario General

135500

Serie Ce ACTAHOJA Nº..... //tevideo, 23 de diciembre de 2014.-R 14.-2612 VISTO el expediente EX14009045, en el que se promueve la aprobación de un Plan de Comunicación y Medios Asociados para el Ejercicio 2015; y------CONSIDERANDO: I) que en informe de 19-12-14 la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social expresa a) la Planificación Estratégica de la Comunicación Institucional y Comercial para el año 2015 recoge, entre otras, cuatro premisas básicas:-----1. Agrupamiento del conjunto de acciones de comunicación publicitaria previstas para el próximo año en Ejes Temáticos, para lo cual se proponen los siguientes:-----* Red Inteligente (Difusión Planes ofrecidos recomendados a los clientes).-----* UTE más cerca (Servicios comerciales y de información a los clientes y a la población).-----* UTE te cuida (Relacionamiento con la comunidad).----2. Inversión propuesta similar al Plan de Comunicación y Medios aprobado en diciembre de 2013, según R 13.-2137 de 19-12-13, que fuera por un monto de \$ 64.760.000.-----3. Consideración de los nuevos canales digitales. Estos, si bien ya están aprobados aún no están operativos ni tampoco se ha dado a conocer sus formas de comercialización, por lo cual serán tenidos en cuenta y se pautará en ellos de acuerdo a necesidades y oportunidad realizando compras directas cuando corresponda de igual modo que la publicidad directa. También quedan comprendidos Canal U y A+V.-----4. Posibilidad de realización de compras de espacios publicitarios con pago anticipado. En tal sentido, se viene

> estudiando tal posibilidad sujeto a un análisis del procedimiento a seguir para lo cual se ha solicitado el aporte de la Gerencia Económico Financiera. Además



será prudente concretar negociaciones sólo con aquellos medios de comunicación que ofrezcan un valor agregado significativo y las correspondientes garantías de contravalor por la totalidad de la inversión adelantada. Para poner en práctica esta modalidad, principalmente en medios televisivos por cuanto son los que demandan mayor inversión, se entiende necesaria su consideración por parte de Directorio.-------

- c) La inversión prevista para 2014 en el presente Plan de Comunicación y Medios es de \$ 64.999.158 (neto de IVA). Para esta inversión se realizó una previsión en marzo pasado, generándose para tales efectos una Reserva Presupuestal por un monto de \$ 70.000.000;-------

	INVERSIÓN EN MEDIOS PLANIFICADA PARA 2015	
MEDIOS	Alcance y cobertura	Importe en pesos
Televisión	Montevideo e Interior TV Abierta, Redes y TV Digital	\$ 41.865.131
Radio	Montevideo y Cadenas del Interior con cobertura nacional	\$ 16.907.539
Prensa	Diarios, Semanarios y Revistas de Capital e Interior (OPI)	\$ 3.706.888
Internet	Principales portales de medios locales e independientes	\$ 1.719.600
Complejos de Cine	Montevideo e Interior	\$ 800.000
TOTAL	(Montos netos de IVA)	\$ 64.999.158

Serie Ce 135292 -3- ACTAHOJA №

d) Teniendo en cuenta los procedimientos vigentes en la materia corresponde someter a consideración del Directorio la presente Planificación Estratégica de Comunicación Institucional y Medios para 2015 y solicitar la autorización pertinente para gestionar la contratación de los espacios en los medios convocados para cada una de las acciones de comunicación propuestas, actuando al amparo de lo dispuesto por el TOCAF, Artículo 33, Inciso C, numeral 9 y según oficio 2643/98 del Tribunal de Cuentas de la República, con los créditos necesarios de disponibilidad del gasto que permitan ordenar el mismo y obtener las certificaciones del MEF y la intervención preventiva del TCR,-------

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE:----

- -- 1°.- Aprobar el Plan de Comunicación Institucional y Medios Ejercicio 2015 a tenor del texto que luce de fs. 157 a fs. 299.----
- -- 2°.- Ordenar, al amparo del numeral 9°, literal C) del artículo 33 del TOCAF, el gasto asociado al Plan Institucional y Medios Ejercicio 2015, por un monto de \$ 64:999.158 (pesos uruguayos sesenta y cuatro millones novecientos noventa y nueve mil ciento cincuenta y ocho) neto de impuestos.-----
- -- 3°.- Oficiar al Ministerio de Economía y Finanzas en los términos del caso, con remisión de este expediente.----
- -- 4°.- Requerir a la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social que para la segunda Sesión del mes de enero de 2015, eleve una propuesta dando respuesta a la posibilidad de realización de compras de espacios publicitarios con pago anticipado.-----



Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Dr. Ing. Gonzalo Casaravilla Presidente

Serie Ce 137481 -1- ACTAHOJA Nº	
//tevideo, 29 de enero de 2015.	
R 15176	
VISTO el expediente EX15000573, en el que la Gerenci Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social elev versión ajustada del Plan de Comunicación Institucional Medios estructurado para el Ejercicio 2015;	a y
RESULTANDO: I) Que por R 142612 de 23-12-14 se aprobel Plan de Comunicación y Medios Asociados para el Ejercici 2015, que previó una inversión de \$ 64:999.158 má impuestos;	0
II) Que el referido Plan recoge las premisa básicas de la Planificación Estratégica de la Comunicación Institucional y Comercial para el año 2015, que son, entre otra las siguientes:	n
a) Agrupamiento del conjunto de acciones de comunicación publicitaria previstas para el próximo año en Eje Temáticos, para lo cual se proponen los siguientes:	es
 a2) UTE más cerca (Servicios comerciales y de información a los clientes y a la población)	 У
Medios aprobado por R 132137 de 19-12-13 por un monde \$ 64.760.000 c) Consideración de los nuevos canales digitales. Estos, bien ya están aprobados aún no están operativos tampoco se ha dado a conocer sus formas of	si ni
comercialización, por lo cual serán tenidos en cuenta y s pautará en ellos de acuerdo a necesidades y oportunida realizando compras directas cuando corresponda de igu modo que la publicidad directa. También queda	se ad al
 comprendidos Canal U y A+V. d) Posibilidad de realización de compras de espacio publicitarios con pago anticipado. En tal sentido, se vier estudiando tal posibilidad sujeto a un análisis d 	

II) Que el referido Plan incluye de manera desagregada el conjunto de medios más conveniente de alcance nacional para la difusión de estas campañas, destacándose que con el mismo se lograría una cobertura adecuada de todo el País. Se incluye el porcentaje legal sobre Radio y TV destinado a pautar en el SODRE, tanto en sus emisoras de Radio como también en Canal 5 Televisión Nacional (TNU);------

III) Que la inversión prevista en el Plan aprobado por R 14.-2612 de 23-12-14 fue de \$ 64.999.158 (neto de IVA) y se remitieron las actuaciones al Ministerio de Economía y Finanzas (MEF);------

V) Que por Nota 12933 de 02-01-15 el MEF comunicó su conformidad con la erogación propuesta en el Plan, señalando que la misma se encuentra comprendida en las causales de excepción dispuestas por el numeral 9) del literal C) del inciso 2° del artículo 33 del TOCAF y que los precios y condiciones corresponden a los del mercado; y------



CONSIDERANDO: I) que en el marco de una política de austeridad, se entiende procedente una reducción de costos en aquellas áreas que no son de especiál sensibilidad y donde es posible racionalizar gastos sin afectar el servicio brindado;-----

II) que si bien la inversión prevista en el Plan de Comunicación y Medios Asociados para el Ejercicio 2015 -aprobado por R 14.-2612- implicó una importante racionalización de gastos por cuanto el monto es similar al del Plan del año 2014, y aún teniendo en cuenta que el MEF dio su conformidad con la erogación proyectada, este Directorio



VI) que en informe de 29-01-15 el Departamento Registro y Control Presupuestal expresa que teniendo en cuenta las asignaciones aprobadas por Decreto 339/013 de 29-01-15 para el Presupuesto 2014, vigente por prórroga automática, el Grupo 2 presenta créditos disponibles suficientes para imputar el monto de \$ 39:900.000 (neto de impuestos) en el Ejercicio 2015,------

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE: -1°.- Dejar sin efecto la R 14.-2612 de 23 de diciembre de 2014. --2°.- Aprobar el Plan de Comunicación y Medios Asociados para el año 2015 a tenor del documento adjunto, que incluye montos destinados a cada campaña publicitaria, requiriendo a la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social que para la próxima sesión complemente la información

--3°.- Ordenar, al amparo del numeral 9°, literal C) del artículo 33 del TOCAF, el gasto asociado al Plan de Comunicación y Medios ejercicio 2015, por un monto de \$ 39:900.000 (pesos uruguayos treinta y nueve millones novecientos mil) neto de impuestos, monto que incluye \$ 35:500.000 destinado a campañas y \$ 4:400.000 destinados a producciones en VTV y Tenfield, Cines, Prensa y Revistas Educativas.-----

con el importe previsto para cada medio de difusión (TV, radio,

--4°.- Oficiar al Ministerio de Economía y Finanzas en los términos del caso, con remisión del expediente.----

Esc. Elías Carro Pro-Secretario General

prensa, Internet, cine).-----

Or ing Gonzalo Casaravilla Presidente

RE017615-29012015-A18146-4/5

Serie Ce 137483 ACTAHOJA №

Inversión por Campañas Publicitarias 2015

CAMPAÑA	INVERSION (\$)	SHARE	
PLAN SOLAR	\$ 2.500.000	7,0%	
SERV. COMERCIALES	\$ 10.000.000	28,2%	
RECILCAJE	\$ 4.000.000	11,3%	
TERMOTANQUE	\$ 6.000.000	16,9%	
INSTITUCIONAL - Flota Eléctrica — Electrificación Rural - Educativos	\$ 5.000.000	14,1%	
REDES INTELIGENTES	\$ 4.000.000	11,3%	
SEGURIDAD	\$ 2.000.000	5,6%	
PROD FINANCIEROS	\$ 1.500.000	4,2%	
MEDIO AMBIENTE	\$ 500.000	1,4%	
TOTAL	\$ 35.500.000	100%	

H

138635 Serie Ce ACTAHOJA Nº..... //tevideo, 21 de mayo de 2015.-R 15.-996 VISTO el instructivo remitido el 14-05-15 por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP) para la elaboración presupuestal correspondiente a las iniciativas 2015 y 2016; ----RESULTANDO: I) Que el referido instructivo establece los siguientes lineamientos relacionados con la Publicidad y Auspicios de las empresas públicas: "3.2. Publicidad y Propaganda. Las partidas correspondientes deberán reducirse al menos en un 50% para las actividades en competencia. Se sugiere a las empresas que en su giro prestan actividades monopólicas, que los gastos de dichos ítems en las mismas, se refiera exclusivamente comunicaciones de carácter institucional contrataciones; llamados; etc.) o comunicacional (variaciones en el horario de atención al público; lanzamiento de nuevos productos; campañas de eficiencia en el uso de los servicios; etc.)": ------15.-175 la R de II) Que (EX14009054) aprobó el Plan de Auspicios Publicitarios y Apoyo a Emprendimientos Culturales: -----15.-176 Que la R de 29-01-15 (EX15000573) aprobó el Plan de Comunicación Institucional y Medios Asociados para el año 2015; y ------CONSIDERANDO que corresponde en esta instancia revisar y

adecuar los Planes a tales lineamientos, -----

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE: -----

-- 1°.- Suspender preventivamente la ejecución de los Planes de Auspicios Publicitarios y Apoyo a Emprendimientos Culturales, y el de Comunicación Institucional y Medios aprobados por RR 15.-175 y 15.-176, respectivamente, de 29 de enero de 2015. -----



COD. 609372 - 20,000 - Serie Ce 123,001 al 143,000 - 12/2013 - OT/36448 - RILDA S.A.

- -- 2°.- Encomendar a la Gerencia General que tramite únicamente el cumplimiento de las obligaciones incluidas en dichos Planes en los que ya haya sido comunicada formalmente la disposición de UTE de efectivizar su participación.
- -- 3°.- <u>Solicitar</u> a la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social que eleve nuevas propuestas para los Planes indicados en el numeral 1°, ajustadas a los lineamientos que en la materia fueran comunicados por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto.

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General Dr. Ing. Gonzalo Casaravilla Presidente

COD. 609372 - 20.000 - Serie Ce 123.001 al 143.000 - 122013 - OT/36448 - RILDA S.A.

Administración Nacional de Usinas y Trasmisiones Eléctricas Directorio

Sei	rie Ce 140193 -1- ACTAHOJA №HOJA Nº
	//tevideo, 3 de setiembre de 2015
	R 151861
	VISTO el expediente EX13011717, en el que la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social eleva la versión ajustada del Plan de Comunicación Institucional y de Auspicios Publicitarios reformulada para lo que resta del año y la información de ejecución del total del Objeto de Publicidad y Propaganda, la proyección presupuestal del mismo, cuadros comparativos de ejecución del período 2011 a 2015 y detalle de acreedores;
	RESULTANDO: I) Que por R 15532 de 19-03-15 se requirió informe de los saldos adeudados al 30-06-15 y los saldos de pedidos abiertos a la misma fecha y la justificación de mantenerlos en dicho estado;
	II) Que por R 15996 de 21-05-15 se requirió
	que se eleve nuevas propuestas para los Planes de Auspicios Publicitarios y Apoyo a Emprendimientos Culturales, ajustados a los lineamientos comunicados por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto; y
	CONSIDERANDO que en informes de 31-07-15 su
	complementario de 31-08-15 la referida Gerencia expresa:
	 a) Plan de Comunicación Institucional y Medios – Proyección 2015: Se presenta en el Cap. 1 (fs. 310 a fs. 321) un Plan de Comunicación abreviado y reformulado de acuerdo a las actuales condiciones presupuestales y
	ajustado a las necesidades de comunicación. El mismo

 i. "Agenda Web", para atención en Oficinas Comerciales;--- ii. "Aplicaciones App y SMS", para facilitar la información sobre reclamos y tiempos de restitución del suministro

contempla la difusión de productos comerciales tales como:-

iii. "Tratala bien", para la disposición final de lámparas de bajo consumo;-----

RE186115-03092015-A18178-1/4

- iv. "Productos Financieros", dos campañas promoviendo la participación de la ciudadanía en emprendimientos eólicos de UTE (Proyectos Eólicos 1 y 2);------
- v. "El Futuro es Eléctrico", promoción de la movilidad con transporte eléctrico;-----
- vi. "Con Luz Propia", para destacar las acciones y actividades de inclusión social;-----
- vii. "Eficiencia Energética" actividades relacionadas y consejos para el uso racional y seguro de la energía;-----
- viii. "Comunicación Interna" difusión de actividades relacionadas.-----

Se aportan los montos de cada una de las mencionadas campañas de comunicación, en el entendido que la inversión propuesta está optimizada para alcanzar una cobertura condiciones adecuada función de las actuales en presupuestales y se establece que el conjunto de medios a ser convocados forman parte de los ya certificados por el Ministerio de Economía y Finanzas intervenidos preventivamente por el Tribunal de Cuentas según Resolución del 25-03-15, y se mencionan posibles formas de pago diferido, por entenderse como un procedimiento aplicable y conveniente de resultar necesario.----

- b) Plan de Auspicios Publicitarios: En el Capítulo 2 (fs. 322) se presenta un grupo de actividades de carácter social y cultural que se considera de interés apoyar y por tanto participar como auspiciantes de los mismos.------
- c) Informe sobre montos ejecutados en publicidad, auspicios y otros conceptos durante el actual ejercicio 2015: En el Capítulo 3 (fs. 322 y 323) se presenta el Estado de Situación al 31-07-15, que contiene el presupuesto para el ejercicio y el monto por concepto de comunicación agregando el Informe de institucional. Presupuestal del período considerado (3.1), indicándose las acciones de comunicación más destacables del período, tanto en campañas publicitarias como en auspicios realizados. Asimismo se agrega el desglose de Ejecución discriminado por año de ejecución y pago (3.2). ------En Capítulo 4 (fs. 324) expone una proyección total por concepto publicitario acompañada de una serie de medidas

Serie Ce 140194

- 3 - ACTAHOJA Nº.....

- d) Montos adeudados a la fecha en comunicación institucional, comercial, legal y de servicio. Se redujeron significativamente y a valores razonables los montos adeudados por concepto de publicidad, tal como se indica en el Cap. 3.2, donde se detalla una ejecución y pago durante el período que se informa de \$ 33.789.807 correspondiente al ejercicio 2014 y \$ 25.090.777 del primer semestre del actual Ejercicio también ejecutado y pago, a lo que se agregan \$ 4.518.401 en proceso final de pago, manteniéndose un monto adeudado de \$ 4.098.107. -------
- e) Saldo de pedidos abiertos: Fueron cerrados aquellos asociados pedidos a compromisos del Plan Comunicación y Medios 2014 y los de su posterior ampliación en dicho año. De igual forma fueron cerrados los auspicios pedidos vinculados a publicitarios oportunamente no fueron realizados. No obstante fue necesario mantener saldos de pedidos abiertos para atender requerimientos publicitarios del primer semestre y hasta tanto se proceda a operativizar los pedidos que corresponden al Plan de Comunicación y Medios 2015 y que permanecen suspendidos preventivamente.-----
- f) Cuadros comparativos e Indicador de Ejecución: Se incorpora un cuadro comparativo de la Ejecución acumulada a junio para los Ejercicios 2014/2015 y un cuadro comparativo de la ejecución mensual acumulada

2011/2015 (fs. 325), donde se aprecia el alineamiento presupuestal, con la excepción del año 2012 por razones de ahorro energético y 2014 por reposicionamiento de marca y nuevos productos energéticos, así como también Indicador de la evolución de la Ejecución Presupuestal.-----

g) La necesidad de proseguir comunicando a los distintos públicos objetivos respecto de nuevos productos comerciales y financieros ofrecidos, consolidación de la matriz eléctrica con un fuerte componente de energías renovables, así como otras acciones que hacen al posicionamiento de marca y fortalecimiento de la imagen corporativa.-----

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE: -----

- --1°.-Darse por enterado de lo informado-----
- --2°.-Aprobar la ejecución del Plan de Comunicación y Medios propuesto y alineado a las pautas presupuestales formuladas.--
- --3°.-<u>Dejar</u> sin efecto la suspensión preventiva del Plan de Comunicación y Medios y el Plan de Auspicios 2015 dispuesta por R 15.-996 de 21-05-15.-----
- --4°.-Requerir a la Gerencia de Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social que para la última Sesión de noviembre del presente año eleve informe de la Ejecución Presupuestal, proyecciones del Ejercicio y los saldos adeudados al 31 de octubre de 2015.------

Vuelva a sus efectos a la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social.------

RE186115

EX/3011717

Ing. César Briozzo Vicepresidente

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General

RE186115-03092015-A18178-4/4

142592 Serie Ce ACTAHOJA №..... //tevideo, 1° de octubre de 2015.-R 15.-2183 VISTO el Plan de Comunicaciones y Medios y el Plan de Auspicios 2015; ------Que por R 15.-175 de RESULTANDO 1) (EX14009054) se aprobó el Plan de Auspicios y Apoyo a Emprendimientos Culturales para el año 2015; ----por R 15.-176 de 29-01-15 11) Que (EX15000573) se aprobó el Plan de Comunicación Institucional v Medios para el Eiercicio 2015; -----III) Que por R 15.-996 de 21-05-15, atendiendo al instructivo de 14-05-15 remitido por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, se suspendió preventivamente los Planes aprobados por las RR 15.-175 y 15.-176, con cargo de analizar nuevas propuestas al respecto; ------Que por R 15-1861 de 03-09-15 IV) (EX13011717) se aprobó la ejecución del nuevo Plan de Comunicaciones y Medios propuesto, dejándose sin efecto la suspensión preventiva que dispusiera la R 15.-996; ------CONSIDERANDO: I) que en el marco de una política de austeridad, se han ajustado los montos a ejecutar en el presente Ejercicio en los planes mencionados, de manera de cumplir con el compromiso de Gestión, fijando el monto máximo de \$70.000.000 para el año 2015; -----II) que la proyección de los montos a ejecutar al 31-12-15, comunicada a los Directores por la Corporativa y Responsabilidad Comunicación Gerencia Social, responde al siguiente detalle: -----\$ 65:875.532 Ejecución **Auspicios** \$ 990.000 \$ Asesoramiento 441.000 \$ 800.000 (pendiente de la presentación Publicidad convocada de las facturas) Campañas y publicidad \$ 1:898.000 asociada

COD, 609372 - 20.000 - Serie Ce 123,001 al 143,000 - 12/2013 - OT/36448 - RILDA S.A.



RE218315-01102015-A18182-1/2

TOTAL PROYECTADO: \$70.004.532

III) que las campañas pendientes de realizar y pagar para el resto del Ejercicio 2015 son: Tratamiento de lámparas, Agenda Web, SMS y Publicidad Directa Asociadas; ------

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE: -----

- -- 1°.- <u>Precisar</u> que de acuerdo a lo establecido en la R 15-1861 de 03-09-15 queda fijado en \$ 70.000.000 el monto máximo para ejecutar en el presente Ejercicio en materia de Comunicación, Medios y Auspicios. -----
- -- 2°.- <u>Dejar</u> sin efecto en todo cuanto se oponga a lo indicado precedentemente lo aprobado por las resoluciones 15.-175 y 15.-176, de 29-01-15. -----
- -- 3°.- <u>Cometer</u> a la Gerencia Comunicación Corporativa y. Responsabilidad Social el cumplimiento de la ejecución proyectada, a tenor de lo expuesto en la parte expositiva.

Dr. Jorge J. Fachola Secretario General or Ing Gonzalo Casaravilla

Presidente

RE218315-01102015-A18182-2/2



Serie	Ce	146589	, ACTAHOJA	Nº
Conc	00		- 1 - 4014	IN-,

//tevideo, 3 de marzo de 2016.-

R 16.-466

VISTO el expediente EX15009576, en el que la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social eleva propuesta de Plan de Comunicación y Medios Asociados 2016; y-----

CONSIDERANDO: I) que del informe de 26-01-16 de la referida Gerencia surge:-----

- a) En la elaboración del Plan de Comunicación y Medios Asociados 2016 se contó para su planificación con la participación y aportes del Área Comercial, actuando en el marco de la Comisión de Comunicación.-----
- b) Durante este período se ha continuado trabajando con el objetivo de lograr una versión más ajustada de dicho Plan, resultando meior adecuación una las а actuales necesidades de comunicación y también presupuestales. Ello queda evidenciado en una racionalización de las acciones de comunicación propuestas de forma tal de alinearse a los fundamentos sobre los que se sustenta el Plan de Comunicación y Medios: Productos Comerciales, UTE informa y UTE más cerca, asociados a los ejes de comunicación informativa y relacional.-----



d) A partir de la información sobre estudios motivacionales efectuados en diciembre pasado, implementados a instancias de examinar la posible evolución de la identidad corporativa y que actualmente se encuentran en proceso de evaluación, podría ocurrir que alguna de las campañas o acciones previstas deban ser modificadas, postergadas o eventualmente sustituidas por otras, así como proponer incluir alguna nueva no prevista en este documento; -------

II) que con fecha 19-02-16 la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social elevó la Versión 4 del Plan de Comunicación de que se trata, que luce de fs. 257 a fs. 412 de estos obrados,-----

EL DIRECTORIO DE U.T.E. RESUELVE:----

--Aprobar, a tenor del documento que luce de fs. 257 a fs. 412 de estas actuaciones, el Plan de Comunicación y Medios Asociados para el año 2016.-----

Vuelva a sus efectos a la Gerencia Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social.-----

RE046616

EX15009576

REP. SEC 045.16

Dr. Jorge J Fachola Secretario General Dr. Ing. Genzalo Casaravilla Presidente

RE046616-03032016-A18200-2/2