

| | | |
|----------------|--|----------------------|
| PR-DMP-2023-01 | INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA | |
| | DIRECCIÓN DE MARKETING Y PUBLICIDAD | |
| | INFORME PERÍODO: AÑO 2022 | Código: FR-GC-GDC-01 |
| | Fecha: 25 de julio de 2024 | Versión: 1.0 |

1. ANTECEDENTES.

La Constitución de la República del Ecuador en su artículo 16, numerales 1, 2, 3, 4, 5 establece que: "(...) *Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos; 2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación; 3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas; 4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad; 5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.*"

El artículo 18 ibídem señala que: "*Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. 2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas (...)*". En ese contexto, corresponde al Gobierno adoptar las medidas pertinentes a efectos de informar a la ciudadanía sobre las medidas, decisiones y actividades que realiza.

En esta misma línea de idea y en cumplimiento de la normativa legal, el presente informe se realiza bajo lo establecido en el Art. 95 de la Ley Orgánica de Comunicación vigente hasta noviembre de 2022, que establecía:

"Inversión pública en publicidad y propaganda. Las entidades del sector público que contraten servicios de publicidad y propaganda, en los medios de comunicación social se guiarán en función de criterios de igualdad de oportunidades con atención al objeto de la comunicación, al público objetivo, a la jurisdicción territorial de la entidad y a los niveles de audiencia y sintonía. Los medios locales y regionales participarán con al menos el 10%, mientras que los medios comunitarios participarán con al menos el 20% en la participación de la contratación de la publicidad y propaganda de la actividad de difusión publicitaria

de cada institución pública de conformidad con la estrategia comunicacional institucional.

*Las entidades del sector público elaborarán anualmente un informe de distribución sobre **presupuesto aprobado de publicidad, la distribución del gasto, los procesos contractuales y los contratos en cada medio de comunicación y agencia de publicidad.** Este informe se publicará en la página web de cada institución. (énfasis añadido) (...)*

Cabe señalar que esta normativa estaba vigente al momento de ejecutar los procesos de difusión del 2022, razón por la cual este informe se enmarca en la misma.

Con fecha 15 de julio de 2022, mediante circular Nro. PR-SGAP-2022-0004-C, el Secretario General de Administración Pública remitió el Informe General del Examen Especial realizado por la Contraloría General del Estado, este documento recomienda que la Subsecretaria General de Imagen Gubernamental, Marketing, Publicidad y Comunicación Digital dispondrá y vigilará que el Director de Marketing realice el presente informe.

Con estos antecedentes, en cumplimiento de la normativa legal vigente se realiza el presente informe de inversión pública en publicidad y propaganda del año 2022.

Este informe se lo realiza una vez que los proveedores han presentado los expedientes finales de pauta para su respectiva verificación. Los datos que se presentan en este documento corresponden a los que se hallan en los expedientes de ejecución de los procesos detallados en este documento.

2. DISTRIBUCIÓN DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA.

a. Presupuesto aprobado de publicidad

Para la Presidencia de la República, en el 2022 el presupuesto asignado en los contratos suscritos en ese año fiscal, en el ítem 530207 (Difusión Información y Publicidad) ascendió a USD. 4.254.690,44 de lo cual se ejecutó USD 4.251.243,44.

b. Procesos contractuales con agencias de Publicidad

En el 2022, la Presidencia de la República suscribió los siguientes contratos para el servicio de publicidad:

| Proveedor | Objeto del contrato | Contrato Nro. | Valor contrato* | Valor Difusión | Valor ejecutado | Desde | Hasta |
|-------------------|---|---|------------------------|------------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------|
| DGMC ECUADOR S.A. | Servicio publicitario de creatividad, producción y difusión en medios ATL y digital de las campañas y mensajes del Gobierno Nacional | PR-SGC-2022-005 | \$ 1.685.976,34 | \$ 1.330.672,48 | \$ 1.330.672,47 | 18 de febrero de 2022 | 10 de junio de 2022 |
| PARADAIS S.A. | Servicio Comunicacional para la elaboración de Material Publicitario y Difusión en Medios ATL, Vía Pública y Digital de las Campañas y Mensajes del Gobierno Nacional | PR-SGC-2022-015 | \$ 3.514.413,86 | \$ 2.811.556,72 | \$ 2.811.556,72 | 11 de junio de 2022 | 30 de noviembre de 2022 |
| PARADAIS S.A. | | Contrato Complementario No. PR-SGC-2022-021 | \$ 281.153,10 | \$ 112.461,24 | \$ 109.014,25 | 29 de agosto de 2022 | 30 de noviembre de 2022 |
| TOTAL | | | \$ 5.481.543,30 | \$ 4.254.690,44 | \$ 4.251.243,44 | | |

*La diferencia del costo corresponde al valor del Ítem 530222 que corresponde a Servicios y Derechos en Producción y Programación de Radio y Televisión

c. Distribución del gasto

Conforme lo establece el art. 95 de la Ley Orgánica de Comunicación, vigente a la fecha de ejecución de estos contratos, de acuerdo con la estrategia comunicacional institucional, la distribución del presupuesto por la Presidencia de la República en el año 2022 fue la siguiente:

Desglose de inversión en medios por tipo de contrato:

| Año | Empresa | Tv Nacional | Tv sin Rating | Tv Regional, local y comunitario | Tv Paga | Radio nacional | Radio Regional, local y comunitario | Prensa Nacional | Prensa Regional, local y comunitaria | Vía pública | Digital* | Total |
|------|-------------------|-----------------------|--------------------|----------------------------------|-------------------|---------------------|-------------------------------------|--------------------|--------------------------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|
| | | | | | | | | (Medios impresos) | | (OHH) | | |
| 2022 | DGMC ECUADOR S.A. | \$438.924,31 | \$24.810,70 | \$14.856,30 | \$6.748,50 | \$72.710,22 | \$321.767,27 | \$ - | \$ - | \$6.480,00 | \$444.375,17 | \$1.330.672,47 |
| | PARADAIS S.A. | \$678.427,90 | \$21.988,00 | \$5.972,60 | \$3.050,00 | \$131.498,99 | \$362.390,68 | \$48.155,00 | \$ - | \$726.185,74 | \$942.932,06 | \$2.920.570,97 |
| | TOTAL | \$1.117.352,21 | \$46.798,70 | \$20.828,90 | \$9.798,50 | \$204.209,21 | \$684.157,95 | \$48.155,00 | \$0,00 | \$732.665,74 | \$1.387.307,23 | \$4.251.243,44 |

- En el valor de digital de la agencia Paradais S.A. incluye el valor de análisis de datos.

Desglose de inversión anual por tipo de medio:

| Tv Nacional | Tv sin Rating | Tv Regional, local y comunitario | Tv Paga | Radio nacional | Radio Regional, local y comunitario | Prensa Nacional | Prensa Regional, local y comunitaria | Vía pública | Digital | Total |
|----------------|---------------|--|------------|-------------------|--|----------------------|---|--------------|----------------|----------------|
| | | | | | | (Medios impresos) | | (OHH) | | |
| \$1.117.352,21 | \$46.798,70 | \$20.828,90 | \$9.798,50 | \$204.209,21 | \$684.157,95 | \$48.155,00 | \$0,00 | \$732.665,74 | \$1.387.307,23 | \$4.251.243,44 |

Share de inversión

| Año | Empresa | Medios Nacionales | Share | Medios Regionales, locales y comunitarios | Share | Total |
|------|-------------------|-----------------------|--------------|--|--------------|-----------------------|
| 2022 | DGMC ECUADOR S.A. | \$994.048,90 | 74,70 | \$336.623,57 | 25,30 | \$1.330.672,47 |
| | PARADAIS S.A. | \$2.552.237,69 | 87,39 | \$368.363,28 | 12,61 | \$2.920.570,97 |
| | TOTAL | \$3.546.286,59 | 83,42 | \$704.986,85 | 16,58 | \$4.251.243,44 |

3. Conclusiones

- Teniendo en cuenta que la Presidencia de la República no tiene un público objetivo fijo, la estrategia de comunicación y la difusión de las campañas se planifican para obtener el mayor alcance nacional posible. De ahí que la distribución del presupuesto tal como determinaba la Ley de Comunicación vigente a la fecha se haya realizado tomando en cuenta el **objeto de la comunicación, al público objetivo, la jurisdicción territorial de la entidad y a los niveles de audiencia y sintonía.**
- En la inversión en pauta de publicidad y propaganda en 2022 la Presidencia de la República, invirtió en medios nacionales el 83,17% de su presupuesto, es decir USD. 3.538.636,75; mientras en que medios regionales, locales y comunitarios la inversión fue de 16,83% que equivale a USD. 716.053,68. Es decir el presupuesto de difusión para el 2022 fue de USD. 4.254.690,43.
- Este informe se realiza tomando en cuenta la normativa legal vigente al momento de la ejecución.
- Los respaldos de la ejecución de los contratos descritos en este informe reposan en los expedientes de pago en la Presidencia de la República.

| | | |
|-----------------------|--|--|
| Elaborado por: | Gloria Estefanía Orejuela Alvarado Directora de Marketing y Publicidad | |
| Revisado por: | José Rodrigo Coronel del Alcázar Subsecretario de Imagen Gubernamental, Marketing, Publicidad y Comunicación Digital | |
| Aprobado por: | Gilda Stephanie Bravo Coello Subsecretaria General de Comunicación e Información de Gobierno | |