

PR-SSIGMPPA-2020-01	INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	
	SUBSECRETARÍA DE IMAGEN GUBERNAMENTAL, MARKETING PUBLICIDAD Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.	
	INFORME PERÍODO 2019	Código: FR-GC-GDC-01
	Fecha: 06 de enero de 2020	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 ideas, el artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación establece: "*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) (...)

Con estos antecedentes, en cumplimiento de la normativa legal vigente se realiza el presente informe de inversión pública en publicidad y propaganda en el año 2019.

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 2019, el presupuesto asignado a inversión en publicidad ascendió a USD. 4.821.422,96 de lo cual se ejecutó USD 4.778.490,90.

b. Distribución del gasto.

Conforme lo establece el art. 95 de la Ley Orgánica de Comunicación, conforme con la estrategia comunicacional institucional, la distribución del presupuesto por la Presidencia de la República en el año 2019 fue la siguiente:

Empresa	Valor contrato *	Valor ejecutado *	Período de ejecución	Inversión en medios nacionales	Share (%)	Inversión en medios regionales, locales y comunitarios	Share (%)
Corporación Publicitaria Integral DELTA CIA. LTDA	\$ 4.821.422,96	\$ 4.778.490,90	Del 10 de mayo de 2019 al 05 de enero de 2020	\$ 3.960.253,53	82,88	\$ 818.237,37	17,12

Desglose de inversión por medio:

TV Nacional	TV Regional, local y comunitario	TV Paga	Radio nacional	Radio Regional, local y comunitario	Prensa Nacional (medios impresos)	Prensa Regional, local y comunitaria	Vía Pública (OHH)	Digital
\$ 2.683.207,76	\$ 199.767,82	\$ 16.250,00	\$ 314.484,56	\$ 573.480,06	\$ 432.795,51	\$ 44.989,49	\$ 424.124,48	\$ 89.391,22

- Valores no incluyen IVA

c. Procesos contractuales con agencias de publicidad.

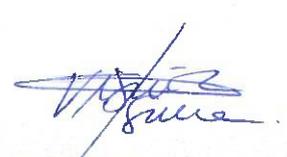
En el 2019, la Presidencia de la República no suscribió ningún contrato directo con medios de comunicación, se detalla a continuación el único proceso suscrito en este período.

En el 2019, la Presidencia de la república suscribió el contrato Nro. PR-SGC-2019-2007, el 10 de mayo de 2019 con CORPIDE Corporación Publicitaria Integral DELTA CIA. LTDA, cuyo objeto es el "SERVICIO PARA EL DESARROLLO Y DIFUSIÓN DE UNA ESTRATEGIA EN MEDIOS ATL, VÍA PÚBLICA Y DIGITAL PARA INFORMAR LAS ACCIONES, POLÍTICAS, PROGRAMAS Y OBRAS IMPLEMENTADAS POR EL GOBIERNO NACIONAL."

El 25 de junio de 2019, se suscribió el contrato complementario Nro. PR-SGC-2019-2017 al contrato principal contrato Nro. PR-SGC-2019-2007.

El 19 de septiembre de 2019, se suscribió el contrato complementario Nro. PR-SGC-2019-2026 al contrato principal contrato Nro. PR-SGC-2019-2007.

El 25 de octubre de 2019, se suscribió el contrato complementario Nro. PR-SGC-2019-2030 al contrato principal contrato Nro. PR-SGC-2019-2007.

Elaborado por:	Susana Vásquez Subsecretaria de Imagen Gubernamental, Marketing, Publicidad y Producción Audiovisual	
Aprobado por:	Christian Geovanny Novoa Oquendo Subsecretario General de Comunicación de Gobierno	