

PR-SSIGMPPA-2021-01	INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	
	SUBSECRETARÍA DE IMAGEN GUBERNAMENTAL, MARKETING PUBLICIDAD Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.	
	INFORME PERÍODO 2020	Código: FR-GC-GDC-01
	Fecha: 04 de enero de 2021	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 2020.

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 2020, el presupuesto asignado a inversión en publicidad ascendió a USD. 2.570,879,59 de lo cual se ejecutó USD 1.860.497,55.

b. Distribución del gasto.

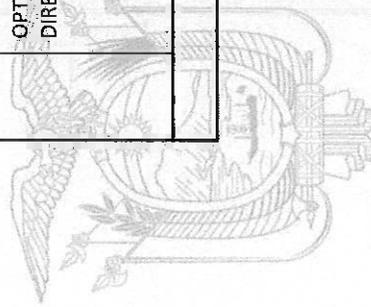
Conforme lo establece el art. 95 de la Ley Orgánica de Comunicación, conforme con la estrategia comunicacional institucional, la distribución del presupuesto por la Presidencia de la República en el año 2020 fue la siguiente:

SECRETARÍA GENERAL DE COMUNICACIÓN DE LA PRESIDENCIA

Año	Empresa	Valor contrato *	Valor ejecutado *	Período de ejecución	Inversión en medios nacionales	Share (%)	Inversión en medios regionales, locales y comunitarios	Share
2020	COMPAÑÍA TACTICA PUBLICITARIA S.A. TACTISA	\$ 1.894.106,23	\$ 1.420.429,36	20 de enero de 2020 a 28 de marzo de 2020	\$ 1.041.226,79	73,30	\$ 379.202,57	26,70
	ARTIC PUBLICIDAD S.A.	\$ 209.142,86	\$ 208.985,49	del 10 de abril al 15 de mayo de 2020	\$ 165.749,87	79,31	\$ 43.253,62	20,70
	EMPRESA PUBLICIDAD DE MEDIOS PUBLIMEDIOS S.A.	\$ 31.959,39	\$ 31.959,39	9 de octubre de 2020	\$ 22.134,45	69,26	\$ 10.004,94	31,31
	Grupo El Comercio S.A	\$ 7.099,68	\$ 7.099,68	06 de diciembre de 2020	\$ 7.099,68	100,00	\$ -	0,00
	OPTIMIZACIÓN DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A. **	\$ 3.479.021,84	\$ 192.023,63	Período del contrato: del 23 de diciembre de 2020 al 31 de mayo de 2021. Período de las campañas de diciembre reflejadas en esta matriz: del 23 al 30 de diciembre 2020.	\$ 174.550,03	90,90	\$ 17.473,6	9,10
	TOTAL	\$ 1.860.497,55	\$ 1.860.497,55		\$ 1.410.760,82	75,83	\$ 449.934,73	24,18

* Valores sin IVA

** Valor ejecutado en diciembre 2020



A.

Desglose de inversión anual por tipo de medio:

Tv Nacional	Tv Regional, local y comunitario	Radio nacional	Radio Regional, local y comunitario	Prensa Nacional (medios impresos)	Prensa Regional, local y comunitaria	Vía Pública (OHH)	Digital
\$ 627.853,96	\$ 24.181,24	\$ 89.398,86	\$ 394.184,88	\$ 84.534,68	\$ 31.568,61	\$ 240.839,98	\$ 368.133,34

Desglose de inversión en medios por contrato:

Empresa	Tv Nacional	Tv Regional, local y comunitario	Radio nacional	Radio Regional, local y comunitario	Prensa Nacional (medios impresos)	Prensa Regional, local y comunitaria	Vía Pública (OHH)	Digital
COMPAÑÍA TÁCTICA PUBLICITARIA S.A. TACTISA	\$ 467.395,81	\$ 24.181,24	\$ 64.333,33	\$ 333.457,66	\$ 55.300,55	\$ 21.563,67	\$ 240.839,98	\$ 213.357,12
ARTIC PUBLICIDAD S.A.	\$ -	\$ -	\$ 14.329,57	\$ 43.253,62	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 151.420,30
EMPRESA PUBLICIDAD DE MEDIOS, PUBLIMEDIOS S.A.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 22.134,45	\$ 10.004,94	\$ -	\$ -
Grupo El Comercio S.A.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7.099,68	\$ -	\$ -	\$ -
OPTIMIZACIÓN DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A. **	\$ 160.458,15	\$ -	\$ 10.735,96	\$ 17.473,60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.355,92

c. Procesos contractuales con agencias de publicidad.

En el 2020, la Presidencia de la República suscribió los siguientes contratos para el servicio de publicidad:

Empresa	Servicio	Contrato Nro.	Monto del contrato	Valor ejecutado 2020
COMPañIA TACTICA PUBLICITARIA S.A. TACTISA	Servicio para el desarrollo de una estrategia comunicacional para la difusión en medios televisivos, radiales, impresos vía pública, digital y cines para informar la gestión, acciones, políticas, obras y programas que implementa y desarrolla el Gobierno Nacional.	PR-SGC-2020-002	\$ 1.894.106,23	\$ 1.420.429,36
ARTIC PUBLICIDAD S.A.	Servicio de producción de elementos comunicacionales y difusión de las medidas y acciones del Gobierno Nacional, en el marco del COVID-19.	Contrato por situación de emergencia No. PR-SGC-2020-0007	\$ 209.142,86	\$ 208.985,49
EMPRESA PUBLICIDAD DE MEDIOS PUBLIMEDIOS S.A.	Servicio de difusión en prensa de la rendición de cuentas del Gobierno Nacional en el marco del bicentenario de la ciudad de Guayaquil.	PR-SGC-2020-0012	\$ 31.959,39	\$ 31.959,39
Grupo El Comercio S.A	Servicio de difusión en prensa en el marco de la fundación de la ciudad de Quito.	Ínfima cuantía	\$ 7.099,68	\$ 7.099,68
OPTIMIZACIÓN DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A. **	Servicio comunicacional de difusión de las acciones y mensajes del gobierno nacional y del señor presidente	PR-SGC-2020-2014	\$ 428.571,43	\$ 192.023,63
TOTAL				\$ 1.860.497,55

** Valor corresponde al presupuesto asignado y ejecutado en dic 2020.

Elaborado por:	Jorge Arboleda Palma Subsecretaria de Imagen Gubernamental, Marketing, Publicidad y Producción Audiovisual	
Aprobado por:	Valeria Moscoso Subsecretario General de Comunicación e Información de Gobierno	