

PR-SSIMP-2022-01	INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	
	SUBSECRETARÍA DE IMAGEN GUBERNAMENTAL, MARKETING, PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DIGITAL.	
	INFORME PERÍODO 2021	Código: FR-GC-GDC-01
	Fecha: 30 de mayo de 2022	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 2021.

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 2021 el presupuesto asignado para procesos nuevos en el ítem 530207 (Difusión Información y Publicidad) ascendió a USD. 4.322,965,91 de lo cual se ejecutó USD 4.241.005,94.

b. Distribución del gasto.

Conforme lo establece el art. 95 de la Ley Orgánica de Comunicación, de acuerdo con la estrategia comunicacional institucional, la distribución del presupuesto por la Presidencia de la República en el año 2021 fue la siguiente:

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia

Empresa	Valor contrato	Valor ejecutado	Período de ejecución	Inversión en medios nacionales (incluido TV Paga)	Share	Inversión en medios regionales, locales y comunitarios	Share
OPTIMIZACIÓN DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A. *	\$ 3.286.998,21	3.229.813,56	13 de enero de 2021 a 23 de mayo de 2021	\$ 2.944.009,86	91,15	\$ 285.803,70	8,85
OPTIMIZACIÓN DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A.	\$ 394.767,70	394.480,32	31 de agosto de 2021 a 2 de diciembre de 2021	\$ 326.408,94	82,74	\$ 68.071,38	17,26
DGMC ECUADOR S.A.	\$ 641.200,00	\$616.712,06	17 a 31 de diciembre de 2021	\$ 479.737,03	77,79	\$ 136.975,03	22,21
TOTAL	\$ 4.322.965,91	4.241.005,94		\$ 3.750.155,83	88,43	\$ 490.850,11	11,57

* valor contrato 2021

Secretaría General de Comunicación de la Presidencia

Desglose de inversión anual por tipo de 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
\$ 2.638.115,47	\$ 59.360,86	\$ 3.000,00	\$ 218.271,52	\$ 431.489,25	\$ 33.059,10	\$ -	\$ 465.126,59	\$ 392.583,15

Desglose de inversión en medios por contrato:

Empresa	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
OPTIMIZACIÓN DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A. **	\$ 2.124.773,52	\$ 38.217,75	\$ -	\$ 165.639,59	\$ 247.585,95	\$ 28.401,10	\$ -	\$ 52.836,59	\$ 172.359,06
OPTIMIZACIÓN DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A. **	\$ 203.920,18	\$ 17.832,28	\$ -	\$ 30.459,93	\$ 50.239,10	\$ 4.658,00	\$ -	\$ 12.290,00	\$ 75.080,83
DGMC ECUADOR S.A.	\$ 309.421,77	\$ 3.310,83	\$ 3.000,00	\$ 22.172,00	\$ 133.664,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$145.143,26
TOTAL	\$2.638.115,47	\$ 59.360,86	\$ 3.000,00	\$ 218.271,52	\$ 431.489,25	\$ 33.059,10	\$ -	\$465.126,59	\$ 392.583,15

a. Procesos contractuales con agencias de publicidad.

En el 2021, la Presidencia de la República suscribió los siguientes contratos para el servicio de publicidad:

Empresa	Servicio	Contrato Nro.	Monto asignado a difusión del contrato	Valor ejecutado 2021
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	\$ 3.286.998,21	3.229.813,56
OPTIMIZACIÓN DE MEDIOS DIRECTOS OPMED S.A.	SERVICIO PUBLICITARIO DE DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS Y MENSAJES DEL GOBIERNO NACIONAL"	PR-SGC-2021-005	\$ 394.767,70	394.480,32
COMPAÑÍA ANÓNIMA DGMC ECUADOR S.A.	SERVICIO PUBLICITARIO DE CREATIVIDAD, PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS Y MENSAJES DEL GOBIERNO NACIONAL	CONTRATO No. PR-SGC-2021-020	\$ 641.200,00	\$ 616.712,06
TOTAL				\$ 4.241.005,94

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

Elaborado por:	Gustavo Andrés Jara Disitonio Director de Marketing y Publicidad	
Revisado por:	Michelle Stefanía Verduga Mayorga Subsecretaria de Imagen Gubernamental, Marketing, Publicidad y Comunicación Digital	
Aprobado por:	Gilda Bravo Subsecretaria General de Comunicación e Información de Gobierno	