

INFORME DE DISTRIBUCIÓN PRESUPUESTO PUBLICIDAD PERIODO 2024

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, con la finalidad de informar a la ciudadanía conforme lo establecido en el artículo 95 de la Ley Orgánica Reformativa de la Ley Orgánica de Comunicación, que establece: “(...) 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”; se realiza el informe de inversión de publicidad durante el año 2024.

2. DISTRIBUCIÓN DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD

a. Presupuesto aprobado de publicidad

De la información constante en los contratos que se detallan en la siguiente gráfica, el presupuesto del año 2024 ejecutado para pauta de publicidad de la Corporación Financiera Nacional B.P. en medios de comunicación fue de \$74,387.82 más IVA.

- Granasa: RECS-CFNGYE-02-2023
- Paradais S.A.: ICBS-CFNGYE-2024-009
- Paradais S.A. RE-CSPS-CFNGYE-2024-001

Proveedor	Objeto del contrato	Contrato Nro.	Valor contrato*	Vigencia del contrato	Valor ejecutado año 2024	Periodo de ejecución 2024
Gráficos Nacionales S.A. Granasa	Servicio de publicación de avisos en un diario con cobertura a nivel nacional para la Corporación Financiera Nacional B.P.	Contrato 011-2023	\$43,295.32	Desde: 1 – sep – 2023 Hasta: 30 – ago – 2024	\$11,037.82	Desde: 1 – may – 2024 Hasta: 30 – ago – 2024
Paradais S.A.	Servicio de pauta digital para la difusión de procesos de subastas, remates de bienes propios, productos y/o servicios de la CFN B.P.	Orden de Compra de bienes y/o servicios ICBS-CFNGYE-2024-009	\$6,250.00	Desde: 4 – jul – 2024 Hasta: 16 – jul – 2024	\$6,250.00	Desde: 4 – jul – 2024 Hasta: 16 – jul – 2024
Paradais S.A.	Servicio de colocación de pauta en medios tradicionales y/o digitales que contribuya al posicionamiento de los productos y servicios de CFN B.P.	Contrato 009-2024	\$109,055.00	Desde: 26 – sep – 2024 Hasta: 24 – mar – 2025	\$57,100.00	Desde: 26 – sep – 2024 Hasta: 31 – dic – 2024
TOTAL				\$0.00	\$74,387.82	

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 Dirección de Comunicación de la Corporación Financiera Nacional B.P. para el año 2024 fue la siguiente:

DESGLOSE DE INVERSIÓN EN MEDIOS					
	Número de medios	% MEDIOS PÚBLICOS	% MEDIOS PRIVADOS	% MEDIOS COMUNITARIOS	MONTO
RADIO	0	0%	0%	0%	\$0.00
PRENSA	3	0%	100%	0%	\$25,037.82
TELEVISIÓN	0	0%	0%	0%	\$0.00
DIGITAL	35	17%	83%	0%	\$49,350.00

Para la selección de los medios de comunicación impresos, en el caso de los periódicos, se consideró el listado proporcionado por el **Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2023)**, donde se identificaron dos periódicos, “El Despertar” y “El Educador”, los cuales corresponden a medios públicos. En cuanto a medios comunitarios, dentro del listado no existen medios de comunicación impresos de este tipo, motivo por el cual no se detalla el porcentaje en la celda respectiva.

Por otro lado, en el caso de medios digitales (internet), considerando el listado antes mencionado, se identificaron dos web que son: “Corape”, el cual es un medio Comunitario y “Ecuador Comunicación”, el cual es un medio público. Sin embargo, se realizó una pauta en el portal web de diario “El Telégrafo”, el cual es un medio público que no consta en el listado del **Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación (2023)**, y que representa el 17% en la tabla antes detallada.

Ante lo expuesto, es preciso indicar que los medios “El Despertar”, “El Educador”, “Corape” y “Ecuador Comunicación”, no cumplían con los requisitos de cobertura y alcance para la difusión de publicaciones las convocatorias de subastas de bienes adjudicados y remates de bienes propios, de acuerdo a lo establecido en los artículos normados por la Ley que determinan lo siguiente:

REGLAMENTO ADMINISTRACIÓN Y CONTROL DE BIENES DEL SECTOR PÚBLICO

“Art. 87.- Avisos de remate.- La Junta de Remates señalará el lugar, día y hora para el remate de bienes muebles e inmuebles, que se realizará **mediante tres avisos que se publicarán en uno de los periódicos de la provincia en que fuere a efectuarse aquel.**”

“Art. 88.- Promoción de procesos de venta o remate.- Para fines de publicidad, transparencia o difusión, el aviso de remate o venta que se difunda en la entidad u organismo, a criterio de la máxima autoridad, o su delegado podrá ser publicado a través de medios electrónicos, impresos o escritos.”

CODIFICACIÓN DE RESOLUCIONES MONETARIAS, FINANCIERAS, DE VALORES Y SEGUROS

JUNTA DE POLÍTICA Y REGULACIÓN MONETARIA Y FINANCIERA

CAPÍTULO XVII: CANCELACIÓN EXTRAORDINARIA DE OBLIGACIONES CON BIENES MUEBLES, INMUEBLES, ACCIONES O PARTICIPACIONES, ENTRE OTROS, RECIBIDOS POR DACIÓN EN PAGO DE OBLIGACIONES O POR ADJUDICACIÓN JUDICIAL POR LAS ENTIDADES DEL SISTEMA FINANCIERO NACIONAL

SECCIÓN III: DE LA ENAJENACIÓN EN SUBASTA PÚBLICA

“Art. 10.- El procedimiento de subasta pública será aprobado por el directorio u organismo que haga sus veces de la entidad financiera, el cual deberá contener como mínimo lo siguiente:

(...)3. **La junta de subasta publicará la convocatoria a subasta pública en uno de los diarios de mayor circulación en el país, por tres (3) días consecutivos**, publicación que además constará en la página web de cada entidad, debiendo mediar al menos quince (15) días desde la última publicación a la fecha señalada para la subasta.”

Razón por la que, tanto para los medios de comunicación impresos y digitales no se logra completar el 33% para medios públicos y 34% para medios comunitarios conforme lo requiere el artículo 95 de la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación

CONCLUSIÓN:

En el año 2024 se ejecutó un presupuesto de \$74,387.82 más IVA destinado para publicidad de la Corporación Financiera Nacional B.P., del cual en fiel cumplimiento a las normativas planteadas anteriormente como el Reglamento Administración y Control de Bienes del sector público y la Codificación de Resoluciones monetarias, financieras, de valores y seguros, por lo expuesto anteriormente no se logró completar el 33% para medios públicos y 34% para medios comunitarios conforme lo indica el artículo 95 de la Ley Orgánica Reformatoria de la Ley Orgánica de Comunicación.

Finalmente, por medio del presente informe se deja constancia que se da cumplimiento al artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación en el que se indica que:

“...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.”

Jennifer Fernández Santos
Subgerente de Comunicación Estratégica
Corporación Financiera Nacional B.P.