

## EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL DE COMUNICA EP 2021

El Decreto Ejecutivo No. 1160 de 26 de septiembre de 2020 en su artículo 1, dispone “Escindir la Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador - Medios Públicos EP dentro de su proceso de liquidación y extinción y, crear la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador Comunica EP (...)”, la cual asumirá los activos, pasivos y patrimonio de las actividades relacionadas a su objeto, que se compone de los servicios públicos de radiodifusión y televisión pública y Diario El Telégrafo como medio en internet.

La Empresa Pública de Comunicación del Ecuador inició sus funciones el 8 de abril 2021.

Al constituirse como una empresa nueva y desde cero, esta administración ha tomado el desafío de construir el cuerpo empresarial para que Ecuador TV, Pública FM y El Telégrafo puedan mantener su funcionamiento.

Se realizaron las gestiones para el registro de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador E.P. en el catálogo de Instituciones del Sector Público, Defensoría del Pueblo y la creación de Cuentas Corrientes en el Banco Central del Ecuador, además la creación del RUC institucional y activar el RUP institucional.

La Empresa gestionó la solicitud de registro de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP como autorizada de los títulos habilitantes para servicios del Régimen General de Telecomunicaciones y Frecuencias del Espectro Radioeléctrico, ante la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, Arcotel.

Con base en el informe de viabilidad de escisión de Medios Públicos E.P. se desarrolló el informe técnico económico para el funcionamiento de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador E.P. Se solicita al Ministerio de Economía y Finanzas la revisión y aprobación de la Proforma Presupuestaria 2021, planificada con asignación del Presupuesto General del Estado; misma que se la hace posterior al informe que motiva la Escisión la cual no requería de una planificación que incluya asignación del PGE inicialmente.

Se inicia el proceso de construcción del Plan General de Negocios, Expansión e Inversión 2021 en donde se planteó los elementos orientadores y objetivos estratégicos para la empresa, así como la Propuesta de Estructura Orgánica, Proyecto de Estatuto Orgánico de Gestión por Procesos. Del presupuesto asignado, en el corto tiempo que se ha dirigido la empresa, se logró ejecutar el 76% de la proyección de gastos.

Adicional se determinó que la Estructura Orgánica que presentó el Informe de Escisión no reflejaba la situación real de la empresa, por lo que se presentó una Reforma de la Estructura.

En ese sentido se establece la misión, visión y valores institucionales de Comunica EP, resaltándola como una empresa que informa, educa, entretiene y contribuye al desarrollo de los ecuatorianos, a través de contenidos y servicios audiovisuales atractivos y veraces que fomentan la innovación y la excelencia.

En el manejo financiero, esta administración ha velado por el pago oportuno de las mensualidades a sus trabajadores, así como el cumplimiento de las obligaciones con proveedores y talentos de pantalla que al momento de la recepción de la gerencia se encontraban impagos.

Por lo que también se priorizó el clima organizacional en la generación de actividades que motivará al personal que venía de una transición desafiante.

En el Marco Jurídico se formalizó las contrataciones bajo la normativa que correspondía de acuerdo a las empresas públicas. Priorizando el bienestar de los trabajadores que se encontraban prestando sus servicios en los tres medios de comunicación y garantizando la emisión continua de información y programación.

En cuanto al talento humano, con el propósito de dar continuidad a los servicios de la empresa, se consideró la Estructura Organizacional propuesta que permite desarrollar las operaciones de manera ágil y eficiente y que se alinea con el objeto de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP.

Se dispone el proceso de cambio de régimen laboral de código de trabajo a ley orgánica de empresas públicas, a 68 servidores públicos, excluyendo de este proceso al personal que laboraba a dicha fecha, en funciones de libre nombramiento y remoción, y al personal que desempeñaba funciones de obreros y obreras.

Adicional se garantizó la movilización del personal mediante el mantenimiento del parque automotor, el cual se encontraba deshabilitado al momento de la entrega por parte de medios públicos.

Adicional, la gestión presupuestaria tuvo que asegurar sus estatus como financiamiento de Empresa Pública para cumplir con el objeto de creación.

Se recuperó parte de la cartera de Medios Públicos, para levantar la parte comercial y continuar ofreciendo servicios relacionados con promoción y publicidad.

En la presente administración se generaron convenios con la Voz de América, BBC Minute, La Red tal, la Embajada de Corea del Sur, el Gobierno de Taipei y una significativa colaboración de la Embajada de la República Popular de China para garantizar la programación continua y diversificar el contenido para que sea más atractivo para la audiencia.

Con el fin de promover el cuidado ambiental se generó una Alianza Público Privada con Arca continental para fomentar la cultura del reciclaje en la sociedad.

También se generaron acercamientos a “Quito Honesto” con quien se prepara un programa para masificar la cultura anticorrupción.

Se propuso el cronograma de actividades para la entrega de activos fijos e información financiera por parte de la liquidadora.

En cuanto al Proceso de Escisión se ha ejecutado conforme a los cronogramas establecidos entre Medios Públicos EP en Liquidación y la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP. Cumpliendo con el 96% de la constatación física de los bienes al 31 de diciembre de 2021.

Se procedió con la recepción de los suministros de oficina, repuestos y accesorios de camerino, ítems correspondientes a propiedad planta y equipo, bienes de control administrativo y correspondientes al proyecto JBIC.

Durante el 2021 se realizaron varias contrataciones, a través del sistema de Compras Públicas que aportan al funcionamiento y crecimiento de Comunica EP.

Se contrató a la Empresa de Investigación de Audiencias de Medios de Comunicación IBOPE en noviembre y diciembre, se inició el proyecto de Business Intelligence (BI) empresarial y se cancelaron varias de las deudas que mantenía la Empresa especialmente con los servicios públicos y proveedores tecnológicos.

En referencia a los tres medios de comunicación que conforman el holding de la empresa pública de comunicación del Ecuador presentamos lo ejecutado en 2021.

En el año 2021, Ecuador Tv sostuvo una programación con renovaciones progresivas. Los programas emitidos durante este año fueron 95 clasificados de la siguiente manera: 53 de producción nacional propia e independiente y 42 de producción extranjera.

También, se difundió programación gracias a varias alianzas estratégicas con coproductores, embajadas y otros canales televisivos públicos de América Latina y Estados Unidos.

Adicional se comprometió el apoyo a la difusión de programas que apoyen a los jóvenes ecuatorianos para lo cual se transmitieron los Juegos Nacionales 2021 que abrieron el ciclo ecuatoriano a las siguientes olimpiadas. en este sentido, también se difundió la vuelta ciclística 2021, alcanzando una importante audiencia.

En el 2021, El Telégrafo ratificó su condición como uno de los principales medios de noticias digitales. El diario más antiguo del país se renovó y creció en un 96% en visitas a su página web, respecto a años anteriores.

También reflejó un contenido inclusivo gracias a la sección de opinión y sociedad. Durante el año 2021, Pública Fm mantuvo su programación al aire, pese a las limitaciones de personal y cambios administrativos. Se emitieron 17 programas, clasificados de la siguiente manera: 7 de promoción de derechos, 3 de participación, 7 de diálogo.

Así como, ratificó el compromiso de la comunicación pública inclusiva, gracias a alianzas estratégicas con instituciones y coproductores.

Por lo que se pudo integrar a la programación de Pública Fm una producción icónica del deporte ecuatoriano que fomenta a los talentos nacionales.

Esta administración preocupada por el bienestar de ex trabajadores de los medios incautados, mantuvo acercamientos con los liquidadores de las empresas para constatar el estado de las mismas y conseguir soluciones para los trabajadores afectados por el cierre de estas empresas.

La administración de los tres medios que componen este holding representa una tarea de compromiso con la comunicación pública del Ecuador.

En el 2021 se asumió el reto de crear, organizar, planificar y delinear objetivos comunicacionales que permitan el correcto funcionamiento de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador y que den pie a la renovación planteada para el 2022.

Hemos asumido con responsabilidad y eficacia la tarea de reconstruir a tres medios de comunicación que representan el corazón de la sociedad ecuatoriana y que no podían dejar de existir por su trascendencia en la democratización de la comunicación del Ecuador.

En el 2022 se verán reflejados todos los esfuerzos de renovación para levantar y potenciar a Ecuador Tv, Pública Fm y El Telégrafo.

### Productos y servicios comunicacionales

A través de los medios que la empresa maneja, se presentan las líneas de negocio que se brindan como servicio público de comunicación conforme se detalla a continuación.

- **Contenidos televisivos:** A través de la señal de “Ecuador TV” se difunden contenidos audiovisuales con programación diversa y equilibrada para todo tipo de público, así como transmisiones en vivo que permiten a la ciudadanía ver o escuchar en tiempo real la programación, y finalmente se realiza producción mixta o coproducción en la que la empresa participa de forma conjunta en la producción de nuevos contenidos televisivos.

- **Contenidos radiofónicos:** “Pública FM” trasmite programas y espacios radiofónicos con diversidad de programación, además retransmite las emisiones de programas de radio y televisión presentados en emisiones pasadas y participa en la coproducción de nuevos contenidos radiales.

- **Contenidos digitales:** Desarrollo, edición y difusión de contenidos multimedia en los portales web de El Telégrafo, Ecuador TV y Pública FM, así como el manejo de sus redes sociales.

- **Espacios publicitarios y espacio aire:** Consiste en la venta de espacios para anuncios de productos y servicios que ofertan terceras personas en la señal de Ecuador TV, Pública FM y el portal de El Telégrafo. Estos espacios pueden ser: entrevistas, publrreportajes, menciones, sobreimposiciones, claquetas, product placement, cuñas, menciones en vivo, banner, avisos y otros, así como también la venta de tiempo aire.

- **Servicios de asesoría comunicacional:** Provisión de servicios de asesoría para el diseño y producción de contenidos digitales, multimedia, diseño web y otros productos y servicios comunicacionales.

### Balance de Situación Financiera

En el siguiente gráfico, se presenta el estado de situación registrado en la contabilidad de la empresa hasta el 31 de diciembre de 2021.



Al término del ejercicio fiscal 2021, el proceso de escisión se ha venido ejecutando conforme a los cronogramas establecidos entre Medios Públicos EP en liquidación y la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP, la constatación física y traspaso de bienes presenta mayor porcentaje de ejecución; respecto a los saldos pendientes por recibir de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar, la recepción culminara en el 2022 debido a que se debe revisar la documentación de los expedientes que respalden dichos montos.

Durante este periodo se ha concretado la recepción de:

\$12.512.460,36	Activos fijos
\$16.398.075,60	Acciones de medios incautados
\$ 974.682,67	Cuentas por pagar a proveedores

En cuanto al estado de resultados:

\$436.626,9 en ingresos propios, generado esencialmente en la venta de bienes y servicios de comunicación, \$ 225.588,1 de gastos y costos operacionales. Por lo que en la diferencia de estas dos cuentas se genera un EBITDA positivo de \$211.038,8. La ejecución presupuestaria del año 2021 es de 75,79%.

Al momento nos encontramos en el proceso de aprobación de los instrumentos que serán la guía de la empresa en diversos ámbitos, como son la estructura orgánica funcional, el estatuto organizacional, Plan Estratégico y el Plan de Negocios, Expansión e Inversiones; por parte del Directorio de la empresa.

Nuestra **Misión** es ser una empresa pública de comunicación que informa, educa, entretiene y contribuye al desarrollo de los ecuatorianos, a través de contenidos y servicios audiovisuales atractivos y veraces que fomentan la innovación y la excelencia con un talento humano comprometido y fundamentado en la democracia, imparcialidad, pluralidad y la diversidad de opiniones y perspectivas.

Y nuestra **Visión** al 2025, es ser un holding de medios de comunicación nacional referente en contenidos atractivos que aporten valor a la ciudadanía, con un giro de negocio que requiera el menor financiamiento estatal.

### Presupuesto 2021

Durante el año 2021 se realizaron varias contrataciones a través del sistema de compas públicas que aportaron al funcionamiento de la empresa y sus medios de comunicación asociados como son Ecuador Tv, Pública FM y El Telégrafo, mismos que se detallan a continuación:

Tipo de Contratación	No. De Procesos	Monto
Ínfima Cuantía	8	\$ 32.654,94
Subasta inversa electrónica	1	\$ 21.430,00
Catálogo electrónico	3	\$ 1.973,67
Régimen especial (Todos los procesos)	2	\$ 57.754,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$113.812,61</b>

Contamos con los medios de comunicación que detallamos a continuación con su respectiva evaluación.

### Evaluación de la gestión institucional de Ecuador TV 2021

En el año 2021 Ecuador TV sostuvo una programación con renovaciones progresivas debido al cambio administrativo de las empresas Medios Públicos EP en liquidación a la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador (Comunica EP).

Los programas emitidos durante este año fueron 95 clasificados de la siguiente manera: 53 de producción nacional propia e independiente y 42 de producción extranjera.

#### Producción Nacional Propia

**Informativo: 1,9%**

**1 programa:** Telediario (dos ediciones)

**Formativo Educativo Cultura: 16,7%**

**9 programas:** Así Suena Manabí, Esta Es Mi Canción, Mi Propio Jefe, Nuestra Voz, Que Paso Con, Desde Cero, Cinta Corta, Desfile 26 de Febrero, Documental Covid.

**Entretenimiento: 9,3%**

**5 programas:** Buen Provecho, Frecuencia 7, Rodando Ecuador, Festival De K-Pop, Descarga Musical.

**Deportivo: 5,6%**

**3 programas:** Fanático, Fanático: Noches De Fútbol, Vuelta Ciclística.

**Publicitario: 1,9%**

Promocionales

**Total Producción Nacional Propia: 35,4%**



### Producción Nacional Independiente

**Informativo: 9,3%**

**5 programas:** Noticias Tc, Emisión Votaciones, De Frente con el Presidente, Debate Segunda Vuelta, Elecciones 11 de Abril.

**Opinión: 3,7%**

**2 programas:** Camino a Carondelet, Programa Ministra.

**Formativo Educativo Cultural: 29,6%**

**16 programas:** 593 Ecuador, Educa, Hoy Cocino Yo Nacional, Informativo De La Salud, Ismart, La Ruta Del Juank y En Que Produce Solo, Norris Viajando, Especial Mujeres En El Deporte, Mikromundos, Próxima Parada, Arcandina, Misa, Orquesta Música China, Desfile Policía Nacional, Día del Patrimonio, Homenaje al Pasillo.

**Entretenimiento: 10,8%**

**6 programas:** Festival FFF, Firulais TV, Asquerosamente Rico, Periketes, Aki Toy, Con Luz Propia.

**Deportivo: 9,3%**

**5 programas:** Imparables, Capital Box, Latitud 0, Liga Femenina, Partido Ecuador Bolivia.

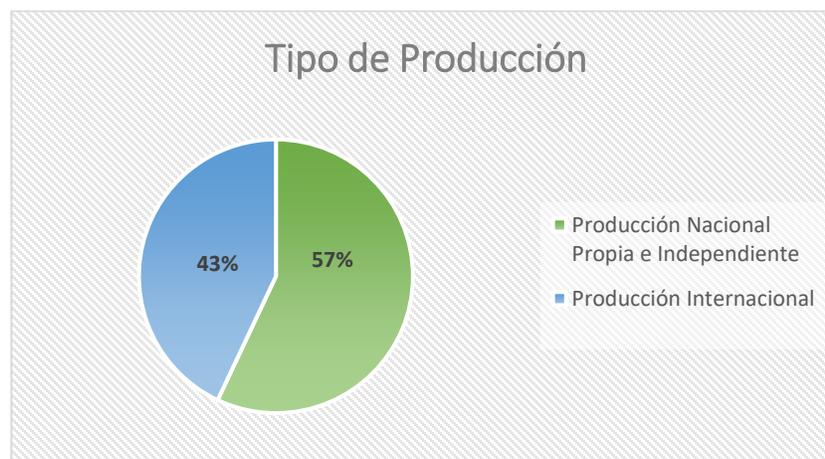
**Publicitario: 1,9%**

Spots y espacios

**Total Producción Nacional Independiente: 64,6%**



### Total, de Programación



### Programación Inclusiva

Ecuador TV, como medio de comunicación pública, difundió programación acorde a los objetivos de la naturaleza del medio gracias a varias alianzas estratégicas con coproductores, Embajadas y otros canales televisivos públicos de América Latina y Estados Unidos, que permitieron refrescar la parrilla de programación con contenidos inclusivos de alta calidad.

#### Derechos: 17,9%

- Movilidad Humana: 2,1%

2 programas: 593 Ecuador, Venezuela 360.

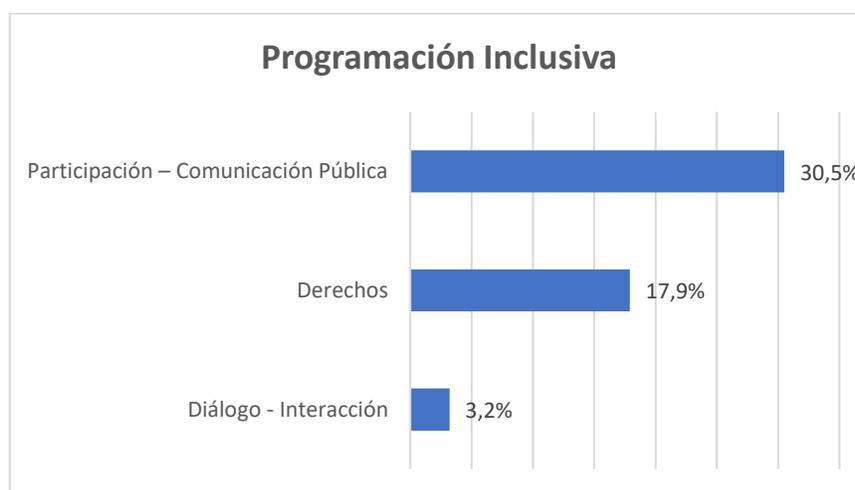
- Pueblos y Nacionalidades: 1,1%  
1 programa: Así Suenan Manabí
- Intergeneracional: 8,4%  
8 programas: Educa, Hoy Cocino Yo, Imparables, Asquerosamente Rico, Periketes, Aki Toy, Contenedor Paka Paka, Arcandina.
- Género: 3,2%  
3 programas: La Casa De Colores, Labels, Especial Mujeres En El Deporte.
- Personas con Discapacidad: 3,2%  
3 programas: Updown, Ver Sin Mirar, Con Luz Propia.

**Diálogo – Interacción: 3,2%**

3 programas: Buen Provecho, Fanático, Frecuencia 7.

**Participación – Comunicación Pública: 30,5%**

29 programas: Caminado Con Tumbao, Ciencia A La Carta T2, Cine Latinoamericano, Al Volante, Con Sabor Y Saber, Economía Creativa, En Forma, Fuerza Latina, Global 3000, Visión Futuro, Encuadre Latinoamericano, Esta Es Mi Canción, Festival FFF, Foro Interamericano, Mi Propio Jefe, Noticiero El Mundo Al Día, Nuestra Voz, Pobladores, Reportera X, Telediario, La Tonga, Descubriendo Asia, Semana Cultural China, Enjambre Flotante, Flow Importado, Especiales De Diego Maradona, Desde Cero, DW Noticiero, Orquesta Música China.



## Evaluación de la gestión institucional de El Telégrafo 2021

En el año 2021 El Telégrafo fue parte del cambio administrativo de las empresas Medios Públicos EP en liquidación a la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador (Comunica EP).

En el año 2021, El Telégrafo ratificó su condición como uno de los principales medios de hard news en digital. El diario más antiguo del país se renovó y creció en un 96% en visitas a su página web, respecto a años anteriores.

El Telégrafo logró 34'476.268 vistas en su página web [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec). Además, el medio cubrió eventos relevantes de coyuntura nacional e internacional como las elecciones presidenciales, la posesión de Guillermo Lasso, la Copa América de Brasil, la emergencia penitenciaria, el surgimiento de variantes del covid-19, entre otros.

### Producción Nacional Propia

**Informativo: 40%**

Sección Actualidad

**Formativo Educativo Cultura: 10%**

Suplemento Cartón Piedra

**Opinión: 20%**

Sección Editorialistas

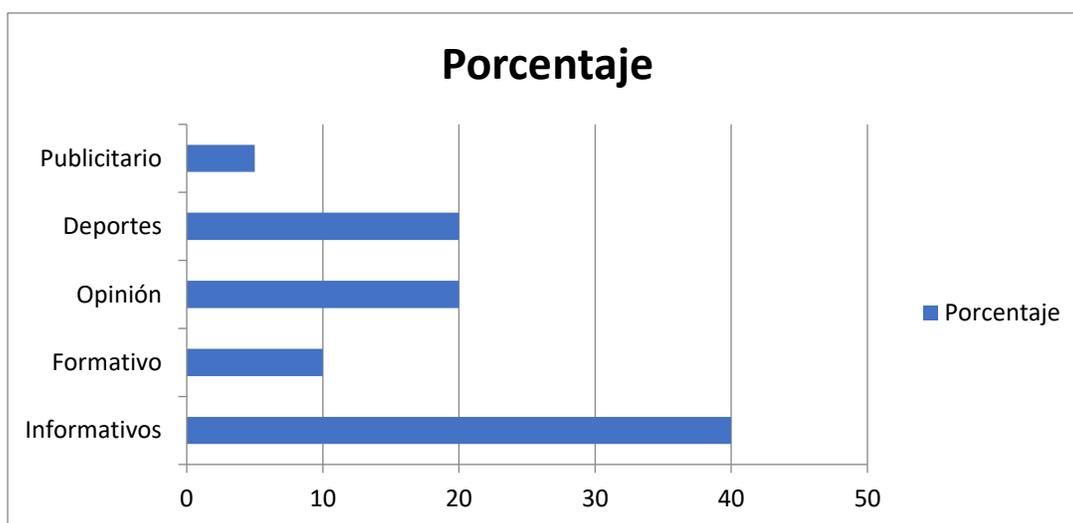
**Deportivo: 20%**

Sección Fanático

**Publicitario:5%**

Sección Empresariales

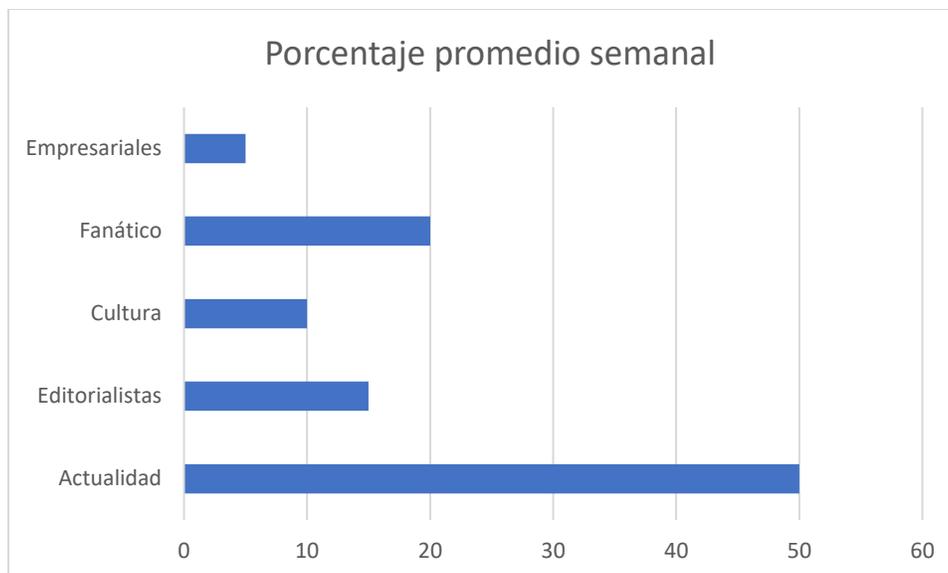
**Total Producción Nacional Propia: 100%**



### Producción Nacional Independiente

N/A

### Total de Programación



**Tercer medio** de hardnews en el Ecuador según el ranking Alexa:

# 34 global

### Contenido Inclusiva

La sección de Opinión de El Telégrafo y Sociedad son espacios que se han utilizado para generar participación de distintas voces, diálogo, derechos e información de índole social.

### Evaluación de gestión institucional de Pública FM 2021

Durante el año 2021, Pública FM mantuvo su programación al aire, pese a las limitaciones de personal y cambios administrativos de la empresa Medios Públicos EP a la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador (Comunica EP).

En el 2021 se emitieron 17 programas, clasificados de la siguiente manera: 7 de promoción de derechos, 3 de participación, 7 de diálogo.

### Producción Nacional Propia

**Informativo:** 1,9%

Telediario

**Formativo, Educativo y Cultural:** 9,3%

Doctor Siete, Mi Propio Jefe

**Entretenimiento:** 18,7%

La Vitrola, La Noche es Virgen, La Voz del Tiempo, Cumbia/Gaita y Tambor.

**Deportivos:** 5,6%

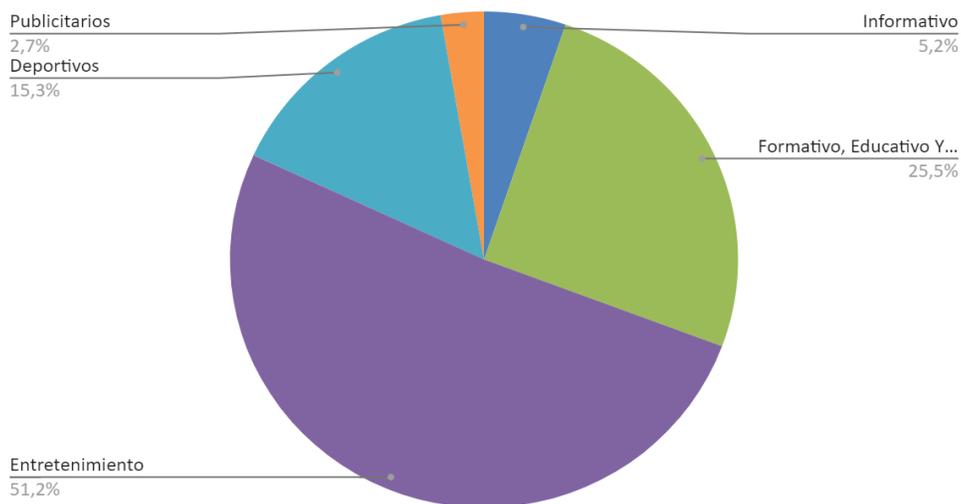
Fanático desde la cabina, Fanática

**Publicitarios:** 1,0%

Promos

**Total de producción nacional propia:** 36,5%

### Producción Nacional Propia



### Producción Nacional Independiente

**Informativo:** 5,1%

Transmisión especial 10 de agosto, 100 días de gestión

**Opinión:** 2,6%

Eganche Segcom

**Formativo, Educativo y Cultural:** 9,4%

Educa Radio, ISmart

**Entrenimiento:** 8%

Firulais Radio, Perlas del Caribe

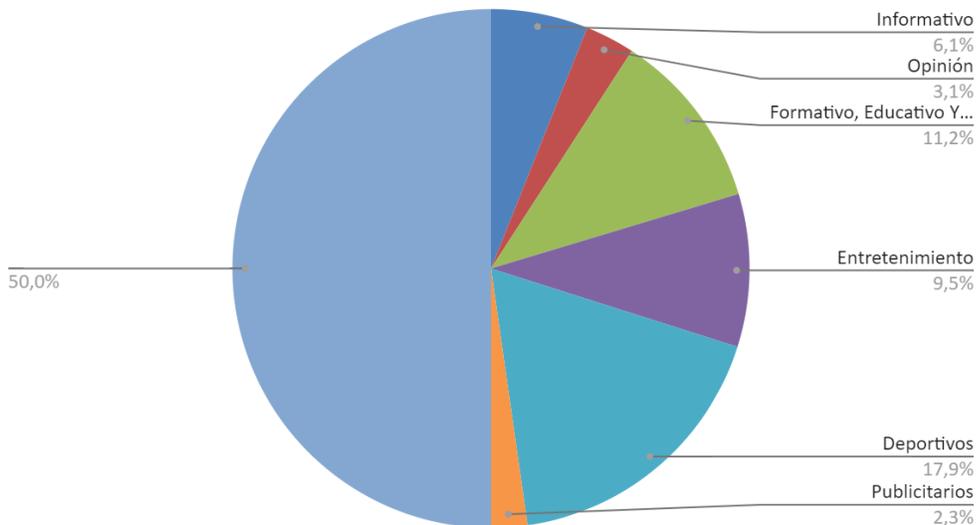
**Deportivos:** 15%

Imparables, Latitud 0, Fanático desde la Cabina, Fanática

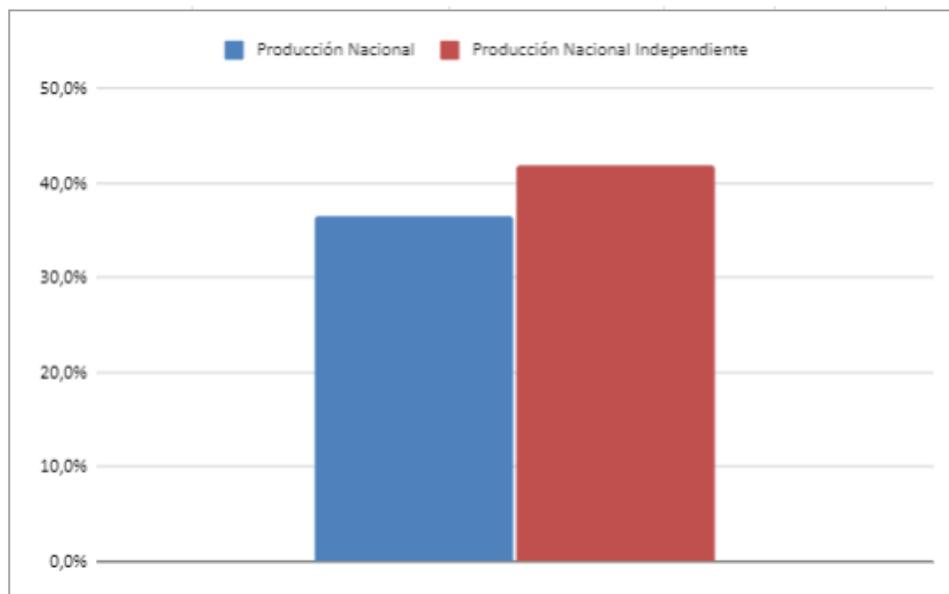
**Publicitarios:** 1,9%

## Spots

### Producción Nacional Independiente



### Total de Producción



### Programación Inclusiva

Pública FM, como medio de comunicación pública, emitió diferentes programas en acuerdo con los objetivos del medio. Esto gracias a las alianzas estratégicas con diferentes instituciones y con coproductores interesados en difundir sus productos a través de un medio inclusivo y formativo.

**Derechos:** 10,5%

Intergeneracional: Latitud 0, Educa Radio, ISmart, La Vitrola

Género: Fanática

Pueblos y Nacionalidades: Cumbia, Gaita y Tambor, Perlas del Caribe

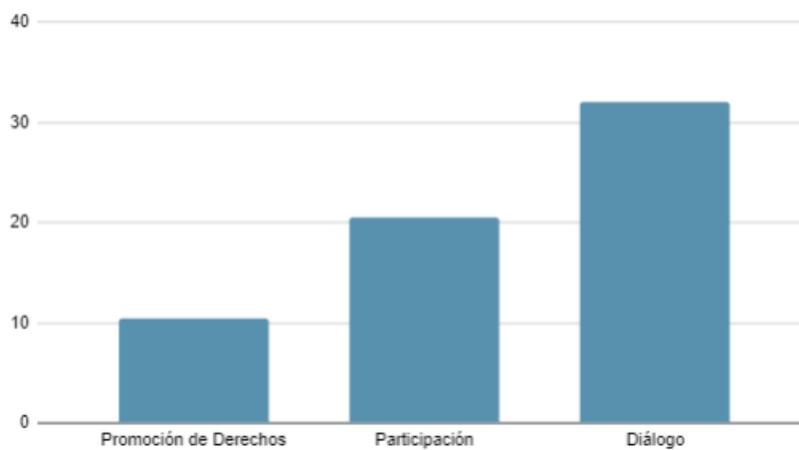
**Participación:** 20,5%

Comunicación Pública: Telediario, Transmisión especial del 10 de Agosto, 100 días de gestión.

**Diálogo:** 32%

Interacción del Medio con la Ciudadanía: Fanático desde la cabina, Imparables, La voz del tiempo, la noche es virgen, Doctor Siete, Firulais Radio, Mi Propio Jefe.

Programación Inclusiva



GALO ROLDÓS AROSEMENA  
GERENTE GENERAL  
EMPRESA PÚBLICA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR