

# Informe de rendición de cuentas

2022

Tabla de contenidos

1. Introducción .....	3
2. La empresa .....	3
2.1. Nacimiento y Creación .....	3
2.2. Visión y Misión .....	4
2.2.1. Visión .....	4
2.2.2. Misión .....	4
2.3. Objeto social y giro de la empresa .....	4
2.4. Objetivos estratégicos .....	5
3. Presupuesto 2022 .....	5
3.1. Generación de ingresos por ventas de servicios .....	5
3.2. Procesos de contratación pública .....	7
3.3. Ejecución presupuestaria .....	8
4. Gestión de medios de comunicación .....	8
4.1. Ecuador TV .....	8
4.2. Pública FM .....	11
4.3. El Telégrafo .....	14

## INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS 2022

### 1. Introducción

La Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP fue creada mediante Decreto Ejecutivo No. 1160 el 26 de septiembre de 2020 e inicia sus operaciones el 8 de abril de 2021 tras la aprobación del Presupuesto General 2021. A partir de esto la Empresa inicia la construcción de varios instrumentos de gestión y planificación empresarial; los cuales son la base del accionar de los medios públicos de comunicación y determinan los objetivos que se pretenden alcanzar a corto, mediano y largo plazo.

Con relación al entorno dentro del cual se desenvuelve la empresa, es preciso señalar la posesión del nuevo Presidente del Directorio de la Empresa Coordinadora de Empresas Públicas, el nuevo Secretario General de Comunicación de la Presidencia de la República y el cambio de Gerente General, la aprobación del proyecto de reforma a la Ley Orgánica de Comunicación; así como los factores macroeconómicos, la evolución de la inversión publicitaria y la participación de los diferentes medios de comunicación en el mercado comunicacional.

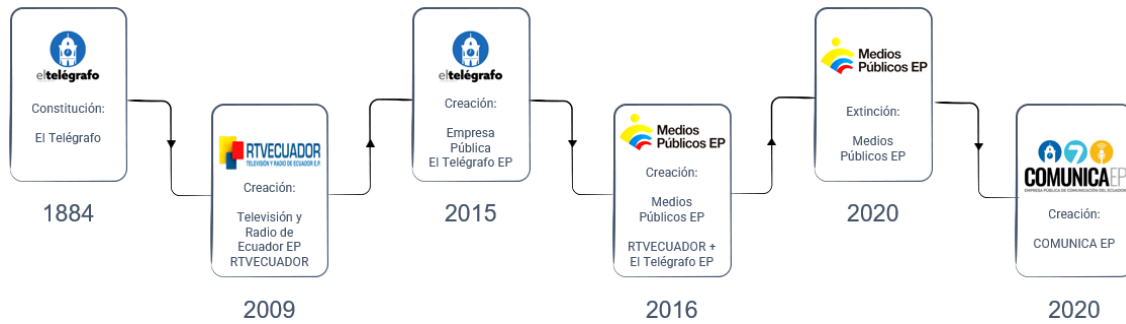
A través de la aprobación del Plan Estratégico 2021 - 2025 se estableció la misión, visión y valores institucionales de Comunica EP, resaltándola como una empresa que informa, educa, entretiene y contribuye al desarrollo de los ecuatorianos, a través de contenidos y servicios audiovisuales atractivos y veraces que fomentan la innovación y la excelencia. En el manejo financiero, se 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.

### 2. La empresa

#### 2.1. Nacimiento y Creación

El 26 de septiembre de 2020 el señor Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo No. 1160 declara escindir la Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador - Medios Públicos EP dentro de su proceso de liquidación; y crear la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP para brindar el servicio público de comunicación a través de los medios públicos de radiodifusión, televisión y el diario El Telégrafo como un medio en internet.

Ilustración 1. Cronología



Elaborado por: Dirección de Planificación, Procesos y Tecnología

## 2.2. Visión y Misión

### 2.2.1. Visión

Al 2025, seremos el 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.

### 2.2.2. Misión

Somos 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.

## 2.3. Objeto social y giro de la empresa

Conforme al objeto de creación, la empresa desarrolló dos líneas de negocio que permitirán cumplir con el rol de los medios públicos de comunicación y a la vez generar ingresos que apalanque el auto sustentabilidad a mediano y largo plazo.

Ilustración 2. Líneas de negocio

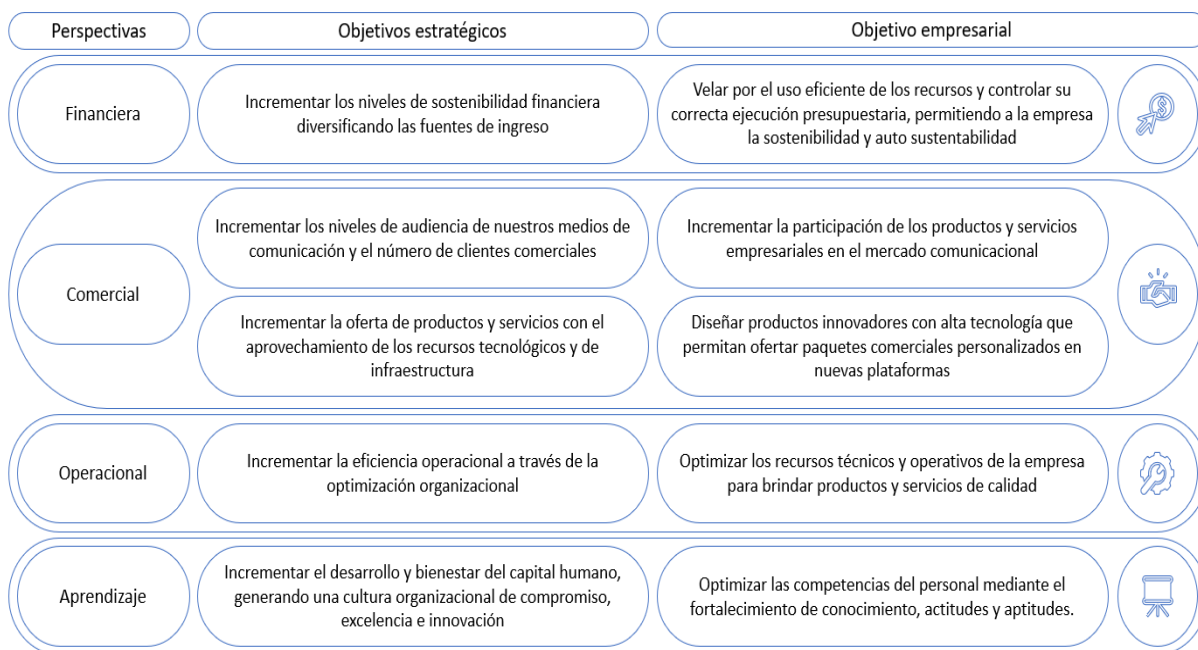


Elaborado por: Dirección de Planificación, Procesos y Tecnología

## 2.4. Objetivos estratégicos

A continuación, se presenta los objetivos empresariales que permitieron cumplir con las metas planteadas a corto, mediano y largo plazo.

Ilustración 3. Objetivos empresariales



Elaborado por: Dirección de Planificación, Procesos y Tecnología

## 3. Presupuesto 2022

### 3.1. Generación de ingresos por ventas de servicios

Durante el periodo 2022, la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP generó ventas por un total de \$ 851,593.08. De esta cantidad, \$296,409.12 corresponden a la línea de negocios de servicios de broadcasting, mientras que \$555,183.96 corresponden a productos y servicios comunicacionales, conforme al siguiente detalle:

Tabla 1. Ventas por línea de negocio

LÍNEA DE NEGOCIO	VENTAS	%
<b>Broadcasting</b>	<b>\$ 296.409,12</b>	<b>34,81%</b>
Alquiler de infraestructura	\$ 296.409,12	34,81%
<b>Productos y Servicios Comunicacionales</b>	<b>\$ 555.183,96</b>	<b>65,19%</b>
Publicidad en Redes Sociales	\$ 2.518,56	0,30%
Publicidad Radio Pública	\$ 16.430,17	1,93%
Paquetes Comerciales	\$ 50.785,61	5,96%
Publicidad Plataformas Tecnológicas	\$ 20.684,11	2,43%
Publicidad Judiciales y Clasificados	\$ 20.711,42	2,43%

LÍNEA DE NEGOCIO	VENTAS	%
Publicidad Ecuador Tv	\$ 78.724,46	9,24%
Tiempo Aire Ecuador Tv	\$ 365.329,63	42,90%
<b>Total Ventas</b>	<b>\$ 851.593,08</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Sistema de Inteligencia de Negocios, COMUNICA EP

Elaborado por: Jefatura de Comercialización

La empresa ha estado reactivándose en el mercado publicitario, ofreciendo servicios de radiodifusión, televisión, publicaciones en El Telégrafo y medios digitales, así como el servicio de alquiler de infraestructura. Siendo la empresa con mayor cobertura a nivel nacional en las 24 provincias, posee un alto potencial de crecimiento. Sin embargo, al encontrarse en una etapa inicial bajo un nuevo concepto de EP, la empresa aún se está dando a conocer con sus nuevos servicios y productos. Como resultado, es evidente que el nivel de audiencia de los programas no esté al mismo nivel que otros programas del mercado, lo que dificulta la venta a mejores precios y volúmenes.

Las limitaciones presupuestarias han impedido el desarrollo de campañas de posicionamiento masivo de los programas y servicios de la empresa. Esto ha dificultado que el público final, es decir, la audiencia, tenga conocimiento de la programación de radio y televisión. Como resultado, el posicionamiento de los programas y de la empresa en el mercado es lento, y la imagen de las administraciones anteriores aún persiste, lo que no genera suficiente motivación o interés en la audiencia para sintonizar los medios de la empresa.

### Servicios televisivos

En el año 2022, se plantea realizar un posicionamiento de la empresa y de la parrilla de televisión con una nueva imagen, es decir, con contenidos más comerciales y atractivos para la pauta. Este posicionamiento se gestiona directamente con las empresas privadas, con agencias de publicidad con el objetivo de presentarles un portafolio de programación comercial más atractivo y empiecen a considerar a la empresa dentro de su planificación de pauta. Sin embargo, al considerar que las actividades de la empresa son recientes no se cuenta con mediciones de rating y con programación muy sólida.

Al no contar con un presupuesto para campañas de posicionamiento de la empresa y de la programación, estas acciones se los realizan de manera orgánica y apalancándose en los medios digitales como las redes sociales de la empresa para dar a conocer sobre la programación a la audiencia objetivo.

A través de convenios, se cuenta con programación de contenido deportivo el cual permite que la parrilla de Ecuador TV tenga mejor alcance en audiencia, como es el caso de la Copa América Femenina transmitida en el mes de julio, con lo cual se llegó a niveles de audiencia de 1.1 de rating, información que apoya al sustento y presentación comercial del crecimiento de audiencia. Si bien esta transmisión tuvo una duración de una semana, esto sirvió para que el área de producción determinara que los contenidos deportivos en la pantalla de Ecuador TV dan buenos resultados, con lo cual, en los meses de noviembre y diciembre con motivo del mundial de fútbol, se contó con el programa “Catar, el show de los fanáticos”, programa que dentro de la franja horario AAA a nivel general se llegó a tener 0,6 puntos de rating. Esta

métrica es una herramienta importante para que el área de ventas pueda tener información más atractiva al momento de presentar las propuestas comerciales a los clientes.

### Servicios radiofónicos

A inicios del 2022, con la finalidad de incrementar contenido en la parrilla radial y aumentar la audiencia, se firma un contrato en el mes de enero 2022 por compra de espacio aire en Pública FM con Machdeportes Cia. Ltda, cliente con el cual se emiten 2 programas deportivos, “Los Especialistas” y “El Golazo”, adicional de la transmisión de partidos de futbol nacional, programas que con la locución e imagen de gran trayectoria de quienes realizan los programas se busca posicionar a Pública FM como una emisora deportiva que gane audiencia. Este contrato finaliza el 31 de julio de 2022.

En agosto de 2022, con la finalidad de dar continuidad a la programación e imagen deportiva en la radio, se firma un contrato con una vigencia de un año por la compra de espacio aire con el cliente Andrés Benavides Ponce, el cual tiene 3 programas deportivos denominados “Planeta Futbol” y la transmisión de partidos nacionales de interés.

### Servicios Digitales

Como servicios digitales se considera a la web de El Telégrafo, como el medio digital de comunicación con el cual se llegó a contar con 3.7 mil visitas mensuales, colocándolo como el medio de comunicación más leído dentro del top 10 de sitios web visitados.

Adicionalmente, se implementó la comercialización de productos digitales y se empezó a gestionar con mayor frecuencia e interacción las redes sociales de El Telégrafo y Ecuador TV, así también, se abrieron redes sociales de los programas propios para genera mayor fuente de contenido e interacción con la audiencia con la finalidad de crear productos digitales que se puedan comercializar.

## 3.2. Procesos de contratación pública

Durante el año 2022 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:

Tabla 2. Procesos de contratación pública

Tipo de Contratación	No. De Procesos	Monto adjudicado
Régimen especial	5	374.410,34
Catálogo electrónico	4	49.933,01
Procedimiento especial (arrendamiento de bienes inmuebles)	4	49.468,68
Publicación especial	1	11.500,00
Licitación de seguros	1	244.236,44
Verificación de producción nacional	1	11.500,00
Ínfima cuantía	14	61.193,26
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>802.241,73</b>

Elaborado por: Dirección Administrativa y de Talento Humano

### 3.3. Ejecución presupuestaria

La Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP, contó con un presupuesto de gastos codificado al 31 de diciembre de 2022, de USD. 4.142.246,60 y alcanzó una ejecución total equivalente al 88,32%.

Tabla 3. Ejecución presupuestaria por fuente de financiamiento

Descripción	Recursos de Autogestión	Recursos Fiscales	Total
Codificado	1.233.821,70	2.908.424,90	4.142.246,60
Ejecutado	933.797,80	2.724.572,20	3.658.370,00
Saldo por Devengar	300.023,90	183.852,70	483.876,60
<b>% de Ejecución</b>	<b>75,68%</b>	<b>93,68%</b>	<b>88,32%</b>

Fuente: Sistema NAF

## 4. Gestión de medios de comunicación

### 4.1. Ecuador TV

#### EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL DE ECUADOR TV 2022

En el año 2022 Ecuador TV renovó la programación con nuevos espacios de producción propia y con contenidos internacionales obtenidos gracias a las alianzas con Embajadas, Distribuidoras y Canales Públicos del Europa, Asia y América Latina.

Los programas emitidos durante este año fueron 120 clasificados de la siguiente manera: 46 de producción nacional propia e independiente y 74 de producción extranjera. La fórmula aplicada es: total horas clasificación A / horas del programa por semana.

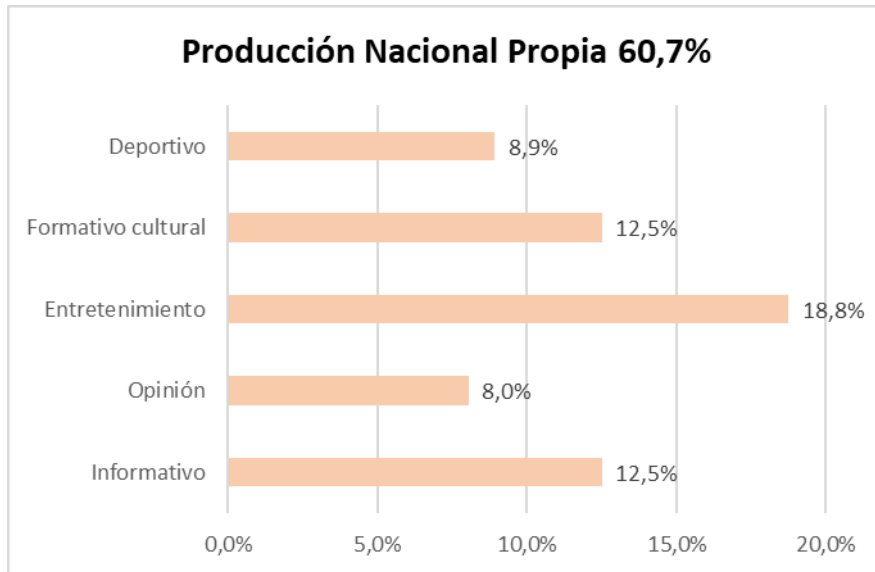
#### Producción Nacional Propia

- **Informativo: 12,5%**  
2 Programa: Noticieros (Telediario y Noticias 7)
- **Formativo Educativo Cultural: 12,5%**  
4 programas: Mi Propio Jefe, Qué Paso Con, Nuestra Voz y Firulais
- **Entretenimiento: 18,8%**  
3 programas: Buen Provecho, Frecuencia 7 y Los Reyes de Tus Mañanas
- **Deportivo: 8,9%**  
2 programas: Fanático y Especiales Deportivos

**Total Producción Nacional Propia: 60,7%**



Ilustración 4. Producción nacional propia Ecuador TV



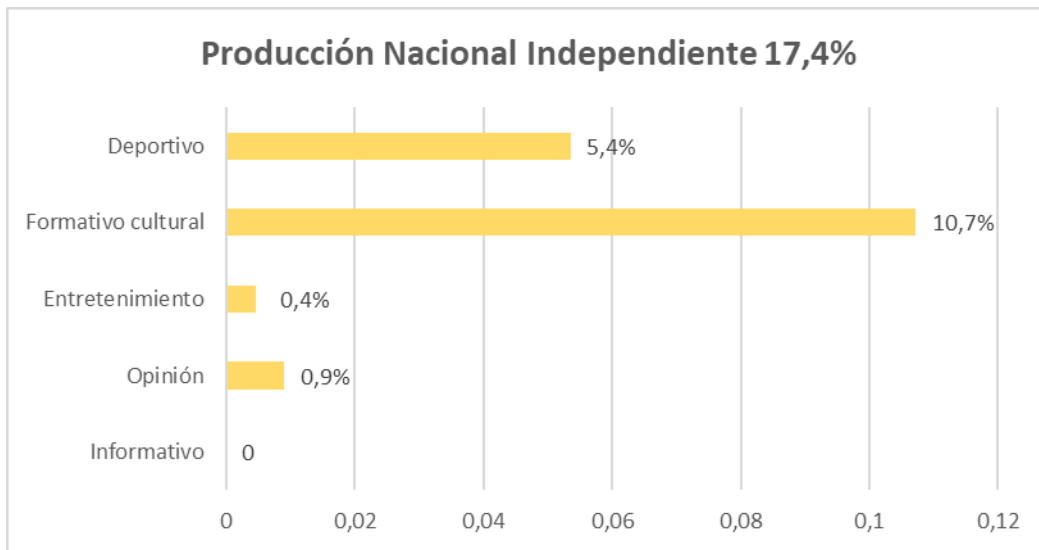
Elaborado por: Jefatura de Programación

#### Producción Nacional Independiente

- **Opinión: 0,9%**  
1 programas: Especiales de Opinión
- **Formativo Educativo Cultural: 10,3%**  
6 programas: Educa, Ismar Tv, 593 Ecuador, Informativo de la Salud, Gente Ecuador, Festival FFF, Bravo por la Música
- **Entretenimiento: 0,4%**  
1 programas: Norris Viajando
- **Deportivo: 5,8%**  
6 programas: Imparables, La Ruta del Juank, Transmisiones Deportivas, Rutas y Destinos, Blaze Racing y Liga BasquetPro

**Total Producción Nacional Independiente: 17,4%**

Ilustración 5. Producción Nacional Independiente Ecuador TV



Elaborado por: Jefatura de Programación

### Total de Programación

Ilustración 6. Total de Programación Ecuador TV



Elaborado por: Jefatura de Programación

**Nota:** Fórmula: total de número de programas emitidos (120) / número de programas de producción nacional propia e independiente y producción internacional

### 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: 16,7%**
  - Movilidad Humana: 2,5%

3 programas: Pal Norte, Venezuela 360, 593 Ecuador

- Personas con Discapacidad: 2,5%  
3 programa: Updown, Sentir e Inauguración Olimpiadas Especiales
- Intergeneracional: 6,7%  
8 programas: Educa Tv, Pobladores, Sobrevivientes, No Memes, Generación X, K-POP Word Festival 2022, El Mundial y Yo y 10 Años Para Cambiar el Mundo.
- Género: 2.5%  
3 programas: Fuerza Latina, Labels y La Casa de Colores
- Pueblos y Nacionalidades: 2.5%  
3 programas: Nuestra Voz, Caminando con Tumbao y Esta es mi Canción

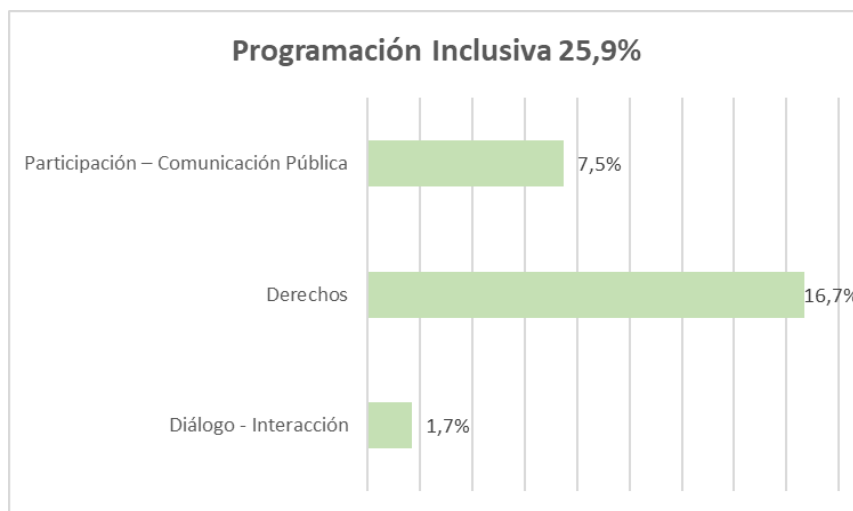
- **Diálogo – Interacción: 1,7,2%**

2 programas: Mi Propio Jefe y Los Reyes de Tus Mañanas

- **Participación – Comunicación Pública: 7,5%**

9 programas: Telediario mañana, Especiales Noticiero, Telediario noche, Colores de América Latina, Informe a la Nación, Lo que somos, Entrevista con el Presidente, Evento 10 de Agosto y Hablemos del Diálogo.

*Ilustración 7. Programación inclusiva Ecuador TV*



Elaborado por: Jefatura de Programación

## 4.2. Pública FM

### EVALUACIÓN DE GESTIÓN INSTITUCIONAL DE PÚBLICA FM 2022

Durante el año 2022, Pública FM remodeló sus espacios dando lugar a las transmisiones por streaming para programas con artistas invitados; también renovó la parrilla de programación con espacios de entretenimiento y deportivos.

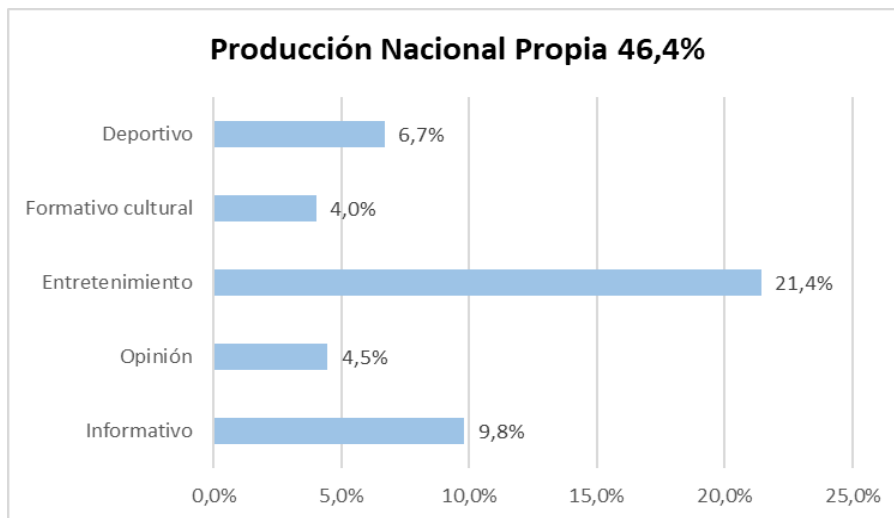
En el 2022 se emitieron 21 programas, clasificados de la siguiente manera: 11 de producción nacional propia y 10 de producción nacional independiente. La fórmula aplicada es: total horas clasificación A / horas del programa por semana.

### Producción Nacional Propia

- **Informativo: 9,8%**  
Telediario / Noticias 7 mañana, Telediario / Noticias 7 estelar y Especiales Informativos/Informes a la Nación.
- **Opinión: 4,5%**  
Telediario Entrevistas
- **Formativo, Educativo y Cultural: 4%**  
Doctor 7 y Mi Propio Jefe
- **Entretenimiento: 21,4%**  
La Voz del Tiempo, A Punto Caramelo y Modo Avión
- **Deportivos: 6,7%**  
Fanática, Fanático

**Total de producción nacional propia: 46,4%**

Ilustración 8. Programación nacional propia Pública FM



Elaborado por: Jefatura de Programación

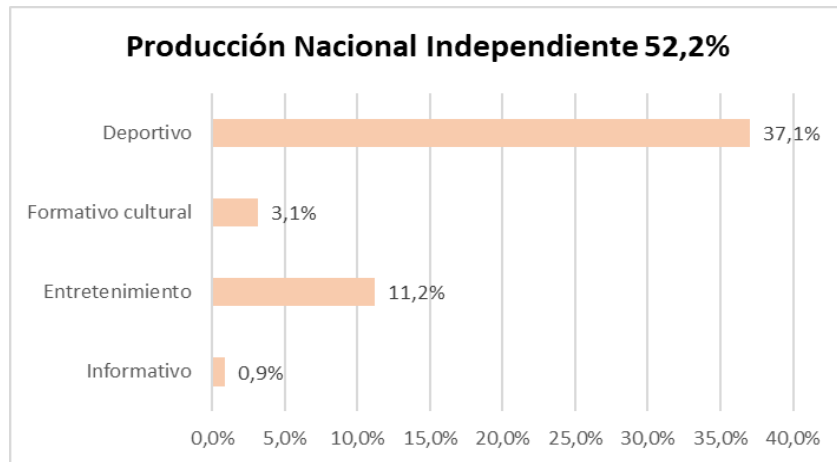
### Producción Nacional Independiente

- **Informativo: 0.9%**  
Transmisión especial 10 de agosto, Evento Consulta Popular
- **Formativo, Educativo y Cultural: 3.1%**  
Ismart y Radionovelas históricas
- **Entretenimiento: 11.2%**  
Café Estéreo y Pausa Al Día
- **Deportivos: 37.1%**

Los Especialista / Planeta Fútbol 1, El Golazo / Planeta Fútbol 1-2, Imparables y Partidos de Fútbol

**Total de producción nacional independiente: 52,2%**

*Ilustración 9. Producción nacional independiente Pública FM*



Elaborado por: Jefatura de Programación

### Total de Programación

*Ilustración 10. Total de Programación Pública FM*



Elaborado por: Jefatura de Programación

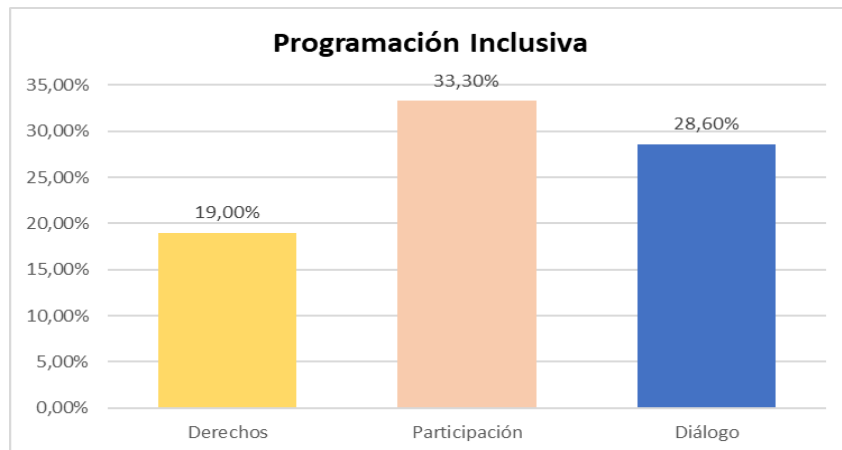
### Programación Inclusiva

Pública FM, como medio de comunicación pública, emitió diferentes programas de 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: 19,0%**  
Intergeneracional: Ismart e Imparables  
Género: Fanática

- **Participación: 33,3%**  
Comunicación Pública: Telediario / Noticias 7 mañana, Telediario Entrevistas, Telediario / Noticias 7 estelar, Especiales Informativos / Informes a la Nación, Radionovelas históricas y Evento Consulta Popular
- **Diálogo: 28,6%**  
Interacción del Medio con la Ciudadanía: Doctor 7, Mi Propio Jefe, Café Estéreo, A Punto Caramelo, Modo Avión y Pausa Al Día

Ilustración 11. Programación Inclusiva Pública FM



Elaborado por: Jefatura de Programación

### 4.3. El Telégrafo

#### EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL DE EL TELÉGRAFO 2022

En el año 2022, 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 se ubicó en la tercera posición de los medios digitales con mejor reputación del país, según un ranking elaborado por SCImago Institutions Rankings (SIR), que fue divulgado el pasado 19 de enero de 2023.

El 'Decano Digital' se instaló por detrás de medios como El Comercio y El Universo. Ocupa el primer lugar entre los medios públicos del Ecuador y también se pone por encima de portales noticiosos como Expreso, La Hora y Vistazo, al ocupar el puesto global 1.121.

El Telégrafo logró 107.449.212 interacciones en su página web [www.eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec). Además, el medio cubrió eventos relevantes de coyuntura nacional e internacional, entre ellas, la Copa Mundial 2022 en la que participó Ecuador para lo cual se realizó un especial digital que tuvo como eje la participación de la Tri en Catar.

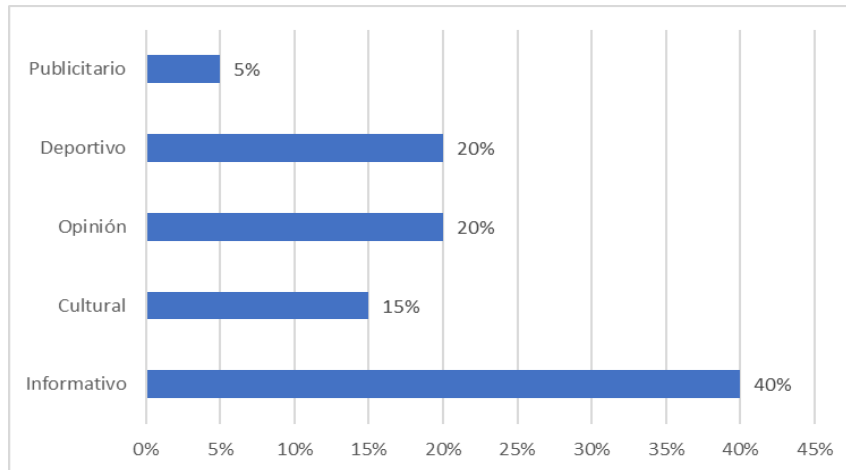
#### Producción Nacional Propia

- **Informativo: 40%** - Sección Actualidad
- **Cultura: 15%** - Sección Cultura
- **Opinión: 20%** - Sección Editorialistas

- **Deportivo: 20%** - Sección Fanático
- **Publicitario: 5%** - Sección Empresariales

**Total Producción Nacional Propia: 100%**

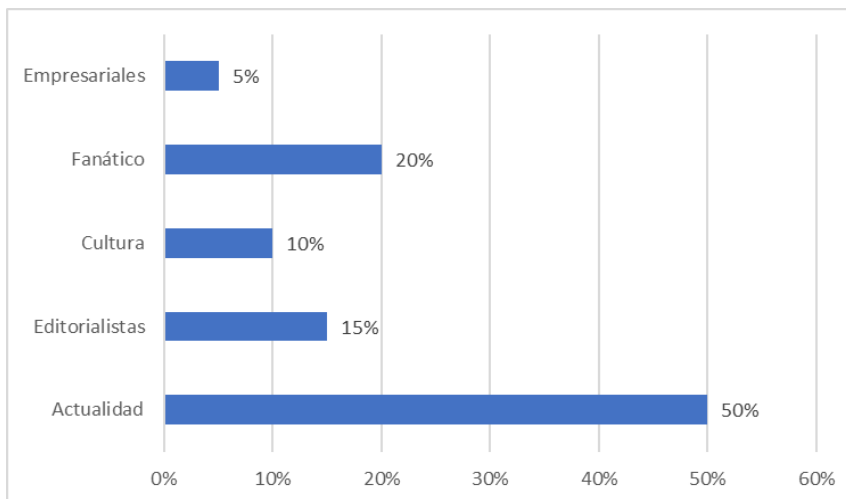
*Ilustración 12. Producción propia por sección de El Telégrafo*



**Elaborado por:** Jefatura de Contenidos

### Total de Programación – Secciones web

*Ilustración 13. Porcentaje de contenido por secciones web producidos por semana*



**Elaborado por:** Jefatura de Contenidos

### Contenido Inclusivo

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.