

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO DE PASAJE EPMT-P**INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA
EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
AÑO 2025****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 a la empresa 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.

Dentro de la contratación de publicidad y propaganda de la actividad de difusión publicitaria de cada institución pública de conformidad con la estrategia comunicacional institucional, los medios públicos participarán con el 33 %, los medios privados participarán con el 33% y los medios comunitarios participarán con el 34%. 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. El incumplimiento del deber de publicar el informe detallada en el párrafo anterior será causal de destitución del titular de la institución. Su cumplimiento será verificado por la Contraloría General del Estado. Los medios de comunicación social públicos, privados y comunitarios deberán publicar anualmente el tarifario de publicidad en su página web”

EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO DE PASAJE EPMT-P

Los medios públicos son financiados y controlados por el gobierno o alguna entidad pública., su objetivo principal es proporcionar información imparcial y objetiva al público. Mientras que los medios privados son propiedad y están operados por entidades comerciales o individuos privados con fines de lucro.

Los medios de comunicación comunitarios son aquellos que están gestionados por miembros de una comunidad específica, con el propósito de servir a los intereses y necesidades de esa comunidad en particular.

Con estos antecedentes, en cumplimiento de la normativa legal vigente se realiza el presente informe de inversión pública en publicidad y propaganda del año 2025.

2. DISTRIBUCIÓN DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA.

a) Presupuesto aprobado de publicidad.

Para la Empresa Pública Municipal de Tránsito de Pasaje, en el 2025 el presupuesto asignado para procesos de Difusión de Información y Publicidad es de \$36.500,00 (Treinta y seis mil quinientos con 00/100 dólares de los Estados Unidos de América.)

b) Distribución del gasto.

De los \$36.500,00 se efectuó \$10.500 para pauta en radio pública lo cual se reportan a través del siguiente proceso:

RE-CSCD-EPMT-P-2025-001	TRÁNSITO PASAJE EP	SERVICIO DE DIFUSIÓN DE PUBLICIDAD E INFORMACIÓN A TRAVÉS DE EMISORA REGIONAL RADIO JUBONES	USD 10,500.00	EMPRESA PÚBLICA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PASAJE DE LAS NIEVES CIP EP
-------------------------	--------------------	---	---------------	---

3. CONCLUSIÓN:

En consecuencia, el global invertido en publicidad en el año 2025 fue de USD **10.500,00** cabe indicar que, conforme lo establecido en la Ley Orgánica de Comunicación respecto a la participación de medios en la difusión publicitaria institucional (**33% medios públicos, 33% medios privados y 34% medios comunitarios**), Tránsito Pasaje EP mantuvo cobertura comunicacional en los tres tipos de medios durante el periodo 2025. En este sentido, la institución ya contaba con contratos vigentes correspondientes a un medio privado y un medio comunitario, los cuales fueron adjudicados con presupuesto del ejercicio fiscal 2024, pero se encontraban en ejecución hasta diciembre de 2025, conforme el plazo contractual establecido. Por ello, y con el fin de optimizar los recursos públicos sin duplicar servicios, durante el año 2025 se priorizó la contratación de un medio público, cumpliendo así con el **componente del 33% asignado a medios públicos**, y complementando la estrategia comunicacional institucional de manera planificada y eficiente.

Tnlga. Noelia Párraga Ajila
COMUNICADORA SOCIAL

