

## MEMORÁNDUM N° 24-2026-MACCO EP-JCC-VR

<b>PARA:</b>	Lic. Carlos Noboa - GERENTE GENERAL DEL MACCO
<b>ASUNTO:</b>	<b>INFORME DE INVERSIÓN EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA MACCO-EP</b>
<b>FECHA:</b>	11 de marzo del 2026.

### 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 (...).”.

El Art. 95 de la Ley Orgánica de Comunicación y Art.70 del Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación: “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....” 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 2025.

## 2. INFORMACIÓN

En el año 2025 la Jefatura de Comunicación y Contenidos del MACCO-EP, contrató varios medios de comunicación para la ejecución del proyecto denominado **“FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA MARCA INSTITUCIONAL DEL MACCO-EP”**.

Número de Partida Presepeustaria	Denominación	Valor
73.02.07	Difusión Información y Publicidad	7.500

## INVERSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Nº DE MEDIOS	PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINÓ A MEDIOS LOCALES Y REGIONALES	PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINÓ A MEDIOS NACIONALES	PORCENTAJE DEL PPTO. DEL PAUTAJE QUE SE DESTINÓ A MEDIOS INTERNACIONALES	NOMBRE DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN	MONTO
RADIO	1	26.66%	0	0	Radio Musical del Coca	2000
PRENSA	0	0	0	0		
TELEVISIÓN	1	24%	0	0	Cocavisión	1800
MEDIOS DIGITALES	2		22.66%	0	El Universo	1700
		26.66%			Arias PinEdwin Geovanny	2000

## 3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La jefatura de Comunicación y Contenidos del MACCO-EP realizó los procesos correspondientes para la contratación de medios de comunicación según su Planificación Operativa Anual del año 2025, alineados y según la estrategias de comunicación del proyecto **“FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN Y MARKETING DE LA MARCA INSTITUCIONAL DEL MACCO-EP”**.

Se recomienda publicar el presente informe en la página web de la institución, en cumplimiento con la Ley Orgánica de Comunicación y su reglamento.

Atentamente;

Mstr. Verónica Riera  
**JEFA DE COMUNICACIÓN Y CONTENIDOS**