

# **EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE ASEO EMASEO**

**Empresa Pública  
Metropolitana  
EMASEO EP**



**Quito**  
Alcaldía Metropolitana

**INFORME DE GASTOS PUBLICITARIOS  
COMPROMETIDOS Y EJECUTADOS 2023**

**13 DE MARZO DE 2024**

## 1. OBJETO

Informe detallado de los gastos publicitarios, comprometidos y ejecutados por EMASEO EP desde enero hasta diciembre del año 2023, como se ha requerido en la matriz “m) rendición de cuentas” para el cumplimiento de la Ley de Transparencia.

## 2. RANGO DE TIEMPO

El rango analizado para efectos de este informe es desde el 1 de enero 2023 hasta el 31 de diciembre 2023.

## 3. RESPONSABLES EMASEO EP

- ✓ Sofía Benítez; Subdirectora de Comunicación Social, RRPP y Marketing.
- ✓ Nadia Carrera; Analista de Comunicación Social, RRPP y Marketing.

## 4. ACCIONES COMUNICACIONALES REALIZADAS

Con el fin de comunicar efectivamente a la ciudadanía sobre la gestión y servicios que ofrece EMASEO EP, y concientizar sobre la corresponsabilidad de mantener la ciudad limpia, se han realizado las siguientes acciones publicitarias:

- Difusión del proyecto Quito Recicla
- Participación en Eventos y Ferias
- Difusión de la gestión interna y externa
- Monitoreo de medios
- Materiales comunicacionales impresos y audio visual
- Manejo de redes sociales y página web
- Relaciones públicas
- Campaña de Educomunicacional sobre el tratamiento y manejo de Residuos Sólidos en el DQM.

## 5. PRINCIPALES PROYECTOS

Durante el 2023, se concentraron los esfuerzos publicitarios en los siguientes proyectos y servicios, considerados claves para la limpieza de la ciudad y los objetivos de EMASEO EP:

- Recolección Contenerizada
- Recolección Diferenciada
- Código Municipal – Contravenciones y sanciones a la ciudadanía
- Horarios y frecuencias en recolección a pie de vereda
- Domingo de Tereques
- EMASEO APP
- Manejo de residuos sólidos

## 6. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Para difundir los servicios que ofrece EMASEO EP a la ciudadanía de manera integral y efectiva, la Subdirección de Comunicación Social, Relaciones Públicas y Marketing tiene

como objetivo general posicionar a la empresa como una entidad eficiente en la gestión de servicios que oferta a las y los quiteños, convirtiéndose en una institución a la vanguardia de las necesidades ciudadanas.

De igual manera, se pretende **fortalecer** la imagen institucional, mediante la difusión de información, a través de la generación de estrategias de comunicación.

**Generar** una campaña de comunicación integral que permita concienciar a la ciudadanía sobre la labor de la empresa en el marco de la gestión de residuos sólidos, así como el fortalecimiento de los mecanismos de recolección diferenciada en los barrios del Distrito Metropolitano de Quito.

**Establecer** a la institución como una entidad referente dentro del quehacer de lo público en todo el Distrito Metropolitano de Quito.

Por lo tanto, se realizan tácticas como se detalla a continuación:

- Preparación y entrenamiento de voceros a fin de trasladar el lenguaje técnico propio de la empresa a un lenguaje más amigable y entendible para los ciudadanos.
- Presencia permanente en medios de comunicación para comunicar la gestión de la empresa.
- Preparación de material audiovisual con la información más relevante de la empresa.
- Preparación de material audiovisual promocional y didáctico sobre los servicios que oferta la institución.
- Difusión mediante redes sociales.
- Difusión por la página web institucional.
- Difusión en medios de comunicación y e-mail institucional.

La difusión del trabajo de la empresa se la genera por medio de boletines de prensa, artes, comunicados, material audiovisual y fotográfico, además del aporte de las redes sociales institucionales (Twitter, Facebook e Instagram), la aplicación EMASEO APP y el 1800-EMASEO.

Estos canales nos permiten crear conciencia en la ciudadanía referente al buen manejo de los desechos, horarios, frecuencias y corresponsabilidad ciudadana.

## **7. CONTRATOS EJECUTADOS O COMPROMETIDOS**

En el siguiente cuadro se enlistan los contratos publicitarios, con su respectiva información ejecutada:



<b>GASTOS PUBLICIDAD COMPROMETIDOS Y EJECUTADOS EN EL AÑO 2022</b>						
<b>No. Contrato</b>	<b>Objeto del Contrato</b>	<b>Partida Presupuestaria</b>	<b>Beneficiario / Contratista</b>	<b>Fecha de suscripción del contrato</b>	<b>Valor del contrato sin IVA</b>	<b>Valor Ejecutado</b>
Contrato No. 14-LOSNCP-DJ-2022	Contrato para el servicio de contratación de una campaña educomunicacional sobre el tratamiento y manejo de residuos sólidos	530207	AGENCIA DE PUBLICIDAD MAGIKPUBLIC S.A	8 de agosto de 2022	<b>\$422,000.00</b>	<b>\$260.886,29</b>
<b>TOTAL</b>					<b>422,000.00</b>	<b>260.886,29</b>
GASTOS VARIOS ÍNFIMA CUANTÍA SUBDIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN, MARKETING Y RRPP		530205 (Evento) 530207 (WhastApp) 530807 (Hosting) 530207 (Impresiones)	Varios	2023	<b>3122,30</b> <b>\$6.750,00</b> <b>960,95</b> <b>6,404</b>	<b>3.122,30</b> <b>\$6.750,00</b> <b>960,95</b> <b>6.404,00</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>						<b>278.123,54</b>



**1. DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL**

<b>DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL / ENERO Y FEBRERO 2023 CAMPAÑA EDUCOMUNICACIONAL</b>						
<b>LISTADO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS QUE PAUTARON PUBLICIDAD Y PROPAGANDA: ART. 70 Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación</b>						
<b>Medios de Comunicación</b>	<b>No. de medios</b>	<b>Monto destinado para pauta (devengado)</b>	<b>Porcentaje del presupuesto que se destinó a medios locales y regionales</b>	<b>Porcentaje del presupuesto que se destinó a medios nacionales</b>	<b>Porcentaje del presupuesto que se destinó a medios internacionales</b>	<b>Medio de verificación</b>
Radio	5	18.192,66	15,68%	10,00%	0,00%	<a href="#">Informe de gastos comprometidos y ejecutados 2023.pdf</a>
Televisión	5	63.183,38	54,47%	40,00%	0,00%	<a href="#">Informe de gastos comprometidos y ejecutados 2023.pdf</a>
Prensa	4	25.553,58	22,03%	40,00%	0,00%	<a href="#">Informe de gastos comprometidos y ejecutados 2023.pdf</a>
Medios digitales	5	9.067	7,82%	10,00%	0,00%	<a href="#">Informe de gastos comprometidos y ejecutados 2023.pdf</a>
<b>Total del presupuesto asignado para difusión en medios de comunicación.</b>		<b>\$115.996,28</b>	<b>100,00%</b>			



## DETALLE INDIVIDUAL POR CADA MEDIO

- MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

### Radio

Nombre del medio	Monto contratado x mes	Minutos pautados	Minutos pautados Ene - feb
FM Mundo	\$ 8.250,00	240	160
La Red	\$ 5.824,00	24	16
Sucesos	\$ 6.949,32	200	133
Irfeyal	\$ 2.859,04	160	106
HCJB	\$ 3.407,04	80	53
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.289,40</b>	<b>704</b>	<b>468</b>

### Televisión

Nombre del medio	Monto contratado x mes	Minutos pautados	Minutos pautados Ene - feb
Ecuavisa	\$ 9.101,60	10	6
Telemazonas	\$ 40.783,88	22	14
TVC	\$ 18.412,80	25	16
TC Televisión	\$ 19.756,80	10	6
RTU	\$ 6.720,00	30	20
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 94.775,08</b>	<b>97</b>	<b>62</b>

### Prensa

Nombre del medio	Monto Contratado x mes	Publicidad	Publicidad
El Comercio	\$ 6.522,88	6	4
Extra	\$ 4.480,00	172	114
Qué	\$ 14.560,00	32	21
Metro Hoy	\$ 12.768,00	24	16
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 38.330,88</b>	<b>234</b>	<b>155</b>

### Medios Digitales

Nombre del medio	Monto Contratado	Número de vistas TOTAL CAMPAÑA	Número de vistas Ene - Feb
Twitter	\$ 9.600,00	12.000	8.000
Facebook		144.273	96.182
Instagram		42.141	28.094
Google ADS		8.000	5.333
Wambra	\$ 4.000,00	5.120	3.413
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.600,00</b>	<b>211.534</b>	<b>141.022</b>

Fuente y elaboración: Subdirección de Comunicación Social, RR.PP y Marketing



- **OTROS**

La Subdirección de Marketing, Comunicación y Relaciones Públicas generó otros productos comunicacionales para difundir la gestión institucional de EMASEO EP:

Ínfimas Cuantías 2023				
Nombre de Medio	Detalle	Partida Presupuestaria	Monto Contratado sin IVA	Medio de Verificación
Logística para actividades	Espectáculos Culturales y Sociales	530205	\$3122,30	informe_de_gastos_comprometidos_y_ejecutados_2023.pdf
Difusión, Información y Publicidad	Herramienta de WhatsApp masivo interno	530807	\$6.750,00	informe_de_gastos_comprometidos_y_ejecutados_2023.pdf
Difusión, Información y Publicidad	Realizar publicaciones permanentes a través de hosting web	530207	\$960,95	informe_de_gastos_comprometidos_y_ejecutados_2023.pdf
Anuncio de Prensa e Impresiones Reglamentos TH	Anuncio de Prensa e impresión de reglamentos	530807	\$6,404	informe_de_gastos_comprometidos_y_ejecutados_2023.pdf
<b>TOTAL</b>			<b>17.237,25</b>	

## 2. CONCLUSIONES

En el 2023, se continuó con la ejecución de 1 contrato por USD. \$260.886,29 sin IVA; además se realizaron compras por ínfima cuantía por un valor de USD. 17.237,25 dando un **total** ejecutado de USD. **278.123,54** sin IVA.

La pauta en medios se puede verificar en los respaldos de las actas de entrega – recepción parciales originales de cada uno de los contratos, los mismos que reposan en el archivo de la Dirección Financiera.

**Realizado por:**

MSc. Nadia Carrera Y.  
**Analista de Comunicación Social, RR.PP y Marketing**

**Revisado por:**

Lic. Sofía Benitez C,  
**Subdirectora de Comunicación Social, RR.PP y Marketing**