



**INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y
PROPAGANDA AÑO 2024**

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN

29 de julio de 2026

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES.....	3
2. OBJETIVO	5
3. DESARROLLO	5
4. CONCLUSIONES	6

 BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR S.P.	BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR B.P.	DCD-INF-2026-013
	INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA AÑO 2024	Página 3 de 6

1. ANTECEDENTES

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

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 al Gobierno adoptar las medidas pertinentes a efectos de informar a la ciudadanía sobre las medidas, decisiones y actividades que realiza”.

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN:

“Art. 95.- 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 detallado 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”.

 BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR S.P.	BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR B.P.	DCD-INF-2026-013
	INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA AÑO 2024	Página 4 de 6

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN: Capítulo II CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD DEL SECTOR PÚBLICO

“Art. 57.- Parámetros para la ejecución de actividades de comunicación social.- Las entidades contratantes deberán determinar el procedimiento de contratación pública de comunicación social a seguir, sujetándose a lo dispuesto en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, su Reglamento General y la normativa emitida por el Servicio Nacional de Contratación Pública, según la naturaleza de la contratación. Las entidades del sector público que tengan contratos de servicios de publicidad y propaganda en los medios de comunicación, y que no hayan logrado abarcar la totalidad de su alcance según lo establecido en el artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación, podrán solicitar a los contratistas que el porcentaje restante sea cubierto por aquellos medios de comunicación que hayan alcanzado su audiencia total. Para llevar a cabo esta acción, el administrador del contrato deberá elaborar un informe detallado que se incorporará al expediente de contratación. Asimismo, solicitará al área requirente un informe motivado de la necesidad de continuar con el servicio de publicidad y propaganda. Este informe deberá demostrar la imposibilidad material de los medios de comunicación para cubrir el porcentaje restante considerando el objetivo comunicacional de las campañas, el objeto de la comunicación, el público objetivo, la jurisdicción territorial de la entidad y los niveles de audiencia y sintonía. Los informes indicados se incorporarán al expediente con la recepción definitiva prevista en el artículo 81 de la Ley Orgánica de Sistema Nacional de Contratación Pública.”

REGLAMENTO GENERAL A LA LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA:

“Art. 136.- Contratación comunicación social.- Se utilizará este régimen para la contratación de actividades de pauta en medios de comunicación social, medios digitales, canales digitales de medios de comunicación social y otros no convencionales destinadas a difundir las acciones del gobierno nacional o de las entidades contratantes (...). “Las contrataciones bajo régimen especial para comunicación social, a más de sujetarse a las disposiciones establecidas en la Ley Orgánica del Sistema nacional de Contratación Pública y el presente Reglamento General, deberán observar las disposiciones establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación. Es obligación de las entidades contratantes cumplir con los porcentajes previstos en el artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación. En caso de que en el estudio de mercado o informes técnicos se desprenda que no existe suficiente oferta de medios que permitan cubrir las cuotas establecidas por la citada Ley la entidad contratante con la debida motivación podrá suplir la cuota prevista con otro tipo de medio de comunicación.”

Con estos antecedentes, en cumplimiento de la normativa legal vigente, se realiza el presente informe de inversión pública en publicidad y propaganda, correspondiente al año 2024, realizado

 BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR B.P.	BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR B.P.	DCD-INF-2026-013
	INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA AÑO 2024	Página 5 de 6

sobre la base de los procesos de contratación ejecutados por el Banco de Desarrollo del Ecuador B.P. durante ese periodo.

2. OBJETIVO

Informar sobre la inversión pública realizada por el Banco de Desarrollo del Ecuador B.P. en publicidad y propaganda, realizada durante el año 2024.

3. DESARROLLO

Durante el año 2024 la Dirección de Comunicación no ejecutó contratos destinados a publicidad y propaganda; sin embargo, se ejecutaron dos contratos relacionados con las publicaciones en medios impresos que normativamente la institución debe realizar pero que tienen un fin netamente informativo más no cumplen con características de publicidad y/o propaganda.

A continuación, se presenta el detalle del contrato en mención:

CÓDIGO	PUBLICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	VALOR TOTAL
RE-CSCD-BDE-2023-015 PUBLICACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y/O DIGITALES DE CONVOCATORIAS Y OTROS TEMAS NORMATIVOS DEL BDE	Convocatoria a la Junta General de Accionistas 2024	El Universo y Metro Medio: impreso con cobertura nacional Tamaño: 14,8 X 17,5 cm Color: Blanco y negro Publicado el 26 de abril de 2024	\$ 2.279,26
TOTAL EJECUTADO			\$ 2.279,26

CÓDIGO	PUBLICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	VALOR TOTAL
IC-BDE-010-2024 PUBLICACIONES DEL BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR B.P. EN MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA NACIONAL	Publicación en prensa de los Estados Financieros del BDE B.P. correspondiente al año 2023	Expreso Medio: impreso con cobertura nacional Tamaño: dos páginas completas Color: Blanco y negro Publicado el 16 de mayo de 2024	\$ 1.725,00
TOTAL EJECUTADO			\$ 1.725,00

 BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR S.P.	BANCO DE DESARROLLO DEL ECUADOR B.P.	DCD-INF-2026-013
	INFORME DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA AÑO 2024	Página 6 de 6

4. CONCLUSIONES

- 4.1 Durante el año 2024 el Banco de Desarrollo del Ecuador B.P. llevó a cabo actividades para el posicionamiento institucional en nuestros públicos objetivos, que no requirieron la inversión en publicidad y propaganda.
- 4.2 Los gastos realizados en publicaciones en medios impresos respondieron a necesidades normativas de la institución, con fines informativos y no se ajustan al concepto de publicidad o propaganda.
- 4.3 Este informe se realiza tomando en cuenta la normativa legal vigente al momento de la ejecución.
- 4.4 Como conclusión, se deja constancia de que el presente informe ha sido elaborado con fines exclusivamente regulatorios y de cumplimiento normativo, en atención a requerimientos institucionales posteriores al período evaluado. En tal virtud, corresponde al análisis de la gestión ejecutada durante un ejercicio fiscal distinto al de su elaboración, por lo que su suscripción será realizada por una autoridad diferente a la que ejercía dichas funciones durante el año objeto de revisión.
- 4.5 La información contenida en este documento ha sido estructurada sobre la base de evidencia documental que reposa en los archivos institucionales, los cuales respaldan y sustentan los hechos, actividades y conclusiones expuestos en el presente informe.

Firmas de Responsabilidad:

Revisado y aprobado por:	María José Rosas Sáenz	Directora de Comunicación y Difusión	
Elaborado por:	Olga Maricela Narváez Laines	Analista de Comunicación y Difusión	