

Guayaquil, 14 de enero de 2026

Plan Estratégico de Comunicación 2026

Este Plan Estratégico de Comunicación tiene como propósito principal una guía para la gestión de la comunicación pública de la Agencia de Tránsito y Movilidad de Guayaquil. Nos dedicamos a establecer lineamientos generales y estratégicos que dirijan nuestras acciones comunicativas. Este plan orientará nuestras acciones en la comunicación pública, asegurando coherencia, consistencia y efectividad en nuestra interacción con la ciudadanía y los diferentes actores involucrados en nuestra labor.

Nuestro enfoque se centra en estrategias diseñadas para fortalecer la transparencia, fomentar la participación ciudadana, promover la educación vial y desarrollar una cultura de respeto y seguridad vial en la ciudad de Guayaquil.

Misión ATM

La Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil, es la autoridad competente y especializada en la planificación, regulación, control y gestión de tránsito y del transporte terrestre, promoviendo una movilidad sostenible y seguridad vial a la ciudadanía en las áreas urbanas y rurales del cantón Guayaquil.

Visión ATM

Al 2030, ser una empresa referente a nivel nacional, en regulación y control del tránsito y transporte terrestre, cumpliendo con las políticas de seguridad vial y con la capacidad de garantizar una movilidad segura y sostenible en el Cantón Guayaquil

Criterios de construcción del plan

Criterios para la Comunicación de la Agencia de Tránsito y Movilidad de Guayaquil:

Compromiso con la ciudadanía: Nos dedicamos a establecer canales de comunicación efectivos, con el fin de comprender y satisfacer sus expectativas y necesidades en lo que respecta al tránsito y la movilidad.

Además, es imperativo comprender los cambios en las dinámicas de comunicación actuales e integrar nuevos canales de comunicación que se adapten a las necesidades y preferencias de la ciudadanía, utilizando plataformas digitales, redes sociales y otras herramientas innovadoras.

Servicio: Entendiendo que la ATM es una empresa pública que brinda un servicio a la ciudadanía, nuestro enfoque se centra en estrategias diseñadas para fortalecer la transparencia, fomentar la participación ciudadana, promover la educación vial y desarrollar una cultura de respeto y seguridad vial en la ciudad de Guayaquil.

Unidad Conceptual de Imagen: Realizaremos acciones de comunicación que estén alineadas con la imagen de la ATM, garantizando la coherencia y consistencia con el holding municipal. La ATM gestiona servicios como la Metrovía, Aerovía, Revisión Técnica Vehicular, y la gestión del tránsito.

La comunicación de estos servicios será unificada y coordinada con la imagen institucional de la ATM y del holding municipal.

Funcionalidad Integral: La comunicación integral y eficaz en la ATM mediante la coordinación interna entre todas las dependencias, asegurando así una comunicación unificada en toda la organización. Simultáneamente, recopilaremos información relevante de las áreas de la ATM y de nuestros aliados estratégicos para mantener a la ciudadanía informada, optimizando la gestión y facilitando la difusión de datos e iniciativas clave para nuestra labor

Capacitación: En aras de disminuir los siniestros viales y promover una cultura de seguridad vial, trabajaremos en conjunto con otras áreas para desarrollar propuestas pedagógicas que fortalezcan la cultura de movilidad urbana, fomentando la educación vial y la conciencia ciudadana

Índice de Satisfacción de la Ciudadanía: Observaremos criterios para medir la imagen y el impacto de nuestras comunicaciones, así como la efectividad de nuestras actividades en la promoción de una cultura ciudadana responsable en temas de tránsito y movilidad. Para ello, realizaremos un monitoreo constante de redes sociales y medios tradicionales, con el fin de obtener una visión integral de la percepción ciudadana y ajustar nuestras estrategias de comunicación de acuerdo con las necesidades institucionales.

Lenguaje Incluyente: Utilizaremos un lenguaje que incluya a todas las personas, independientemente de su género o físico, asegurando una comunicación respetuosa y equitativa.

Flexibilidad: Diseñaremos nuestro Plan Estratégico de Comunicación con directrices flexibles que nos permitan adaptarnos a imprevistos y a los diferentes contextos socioculturales, involucrando activamente al personal interno como multiplicadores clave de nuestras acciones de comunicación.

Oportunidad: Garantizaremos que nuestras acciones comunicativas se realicen en el momento, lugar y modo más propicio, aprovechando las circunstancias y coyunturas que favorezcan la efectividad de nuestros mensajes.

Inclusividad: Aseguraremos la participación de todos los componentes del proceso comunicativo, tanto internos como externos, en todas nuestras acciones de comunicación.

Eficiencia: Aseguraremos la oportunidad y pertinencia de nuestras comunicaciones, maximizando su impacto al adaptarlas al momento, lugar y forma más adecuados. A su vez, optimizaremos el uso de los recursos disponibles para cumplir eficazmente con nuestras funciones de comunicación pública, buscando alcanzar resultados tangibles en el menor tiempo posible

Eficacia: Ejecutaremos todas nuestras acciones comunicativas con el fin de generar el impacto esperado, contribuyendo al cumplimiento de la misión y visión de la Agencia de Tránsito y Movilidad de Guayaquil.

Accesibilidad: Garantizaremos que nuestro Plan Estratégico de Comunicación sea accesible y utilizable tanto por el personal interno de la ATM como por las personas y equipos externos

relacionados con la gestión de la comunicación pública. Los canales, medios y mensajes serán diseñados de manera que sean comprensibles y accesibles para todos los públicos de interés.

La ATM se compromete con la mejora continua de sus comunicaciones, liderando estrategias que fortalezcan los canales de comunicación y el contenido de los mensajes. Nuestro objetivo es transmitir información de calidad, siguiendo los principios de oportunidad y veracidad, que respalden la misión y visión institucional.

Política de comunicaciones:

La Dirección de Comunicación de la ATM seguirá políticas institucionales en materia de comunicación, siempre en estricto cumplimiento de las leyes y reglamentos vigentes. Nuestro proceder comunicacional se fundamenta en el marco legal establecido por:

- la Constitución de la República del Ecuador
- la Ley Orgánica de Comunicación
- la Ley Orgánica Electoral y Código de la Democracia,
- la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

Nos aseguraremos de que todas nuestras acciones comunicativas estén alineadas con estas normativas, garantizando la legalidad, transparencia y responsabilidad en nuestra gestión.

Para la implementación de nuestra política de comunicaciones, establecemos los siguientes principios:

La gestión de la comunicación de la ATM se caracteriza por:

- Brindar información oportuna y de calidad.
- Garantizar la veracidad de los datos.
- Generar información técnica relevante.
- Traducir la información técnica en un lenguaje periodístico comprensible para los ciudadanos y, ser emocional cuando se requiera persuadir sobre actitudes o conductas.
- Fomentar la participación de la ciudadanía y las partes interesadas.

La comunicación de la ATM con sus grupos de interés es:

- Asertiva.
- Incluyente.
- Propositiva.
- Abierta al diálogo.
- Acorde con el interés general de la ciudad.
- Clara y sencilla.

La promoción de la Cultura Ciudadana para la Movilidad incluye:

- Promover la movilidad segura.
- Fomentar la movilidad sostenible mediante métodos alternativos de movilidad no motorizada.
- Impulsar la movilidad inteligente y sostenible.
- Regular y controlar el tránsito y transporte.

- Brindar atención al ciudadano.
- Gestionar Socialmente la Movilidad para garantizar la inclusión y participación.
- Promover la educación ciudadana y la pedagogía para la movilidad.

Contexto estratégico

El Plan de Comunicación de la Agencia de Tránsito y Movilidad (ATM) para el año 2026 se construye a partir del análisis de la información relevante correspondiente a 2025, periodo en el que se evidenció un incremento en el número de víctimas fatales por siniestros de tránsito asociado principalmente al exceso de velocidad pues, el 69% del total de decesos registrados fueron por este motivo. En cambio, en lo referente a siniestros vinculados al consumo de alcohol, la ciudad logró revertir la tendencia al alza en el número de muertes, constituyéndose en un hito alcanzado gracias a la implementación de estrategias operativas efectivas y una comunicación institucional proactiva.

Durante 2025, Guayaquil registró un aumento del 15% en víctimas fatales, pasando de 260 a 300 decesos. En este contexto, la ATM ejecutó 198 operativos de control de velocidad; sin embargo, la suspensión de los controles de radares desde el 4 de abril de 2025 generó un impacto negativo, reflejado en un incremento respecto al 2024 del 24% en los siniestros por velocidad y del 22% en fallecidos por esta causa.

Por otra parte, se realizaron 92 operativos de alcohol a conductores, sustentados en una comunicación estratégica y focalizada, que permitieron una reducción del 57% en muertes y del 29% en siniestros, respecto al año 2024, relacionados con la conducción bajo los efectos del alcohol, evidenciando la efectividad de las acciones preventivas implementadas.

Adicionalmente, la ATM registró un incremento del 25% en la matriculación vehicular respecto a 2024 y fortaleció la participación ciudadana mediante el uso de herramientas tecnológicas. En total, se ejecutaron 7.274 operativos de control, se capacitó a 51.904 personas en seguridad vial y se socializó información preventiva a 487.092 ciudadanos, consolidando una gestión integral orientada a la protección de la vida y al bienestar de la comunidad.

No obstante, persisten desafíos estructurales relevantes. Un estudio de la Universidad Johns Hopkins (2024) determinó que el 48% de los vehículos y el 64% de las motocicletas exceden los límites de velocidad permitidos. Esta realidad se vio reflejada en 2025, cuando el 69% de las muertes por siniestros de tránsito estuvo asociado al exceso de velocidad, lo que subraya la necesidad de reforzar las campañas de concienciación, prevención y control, con especial énfasis en el cambio de comportamiento de los usuarios de la vía.

Para 2026, el Plan de Comunicación de la ATM se enfocará en consolidar los avances alcanzados, abordar los desafíos pendientes y fortalecer una cultura de movilidad responsable, promoviendo una participación ciudadana activa. Estas acciones se articularán en torno a los cinco ejes estratégicos institucionales, incorporando nuevas oportunidades y herramientas de comunicación que permitan continuar construyendo una Guayaquil más segura, ordenada y próspera.

Eje 1: Regulación y Control del Transporte

Nuestro compromiso es asegurar la excelencia y eficacia del transporte en Guayaquil a través de una comunicación proactiva y transparente. Para ello, mantendremos a la ciudadanía informada

sobre el estado y las mejoras de sistemas claves como Metrovía y Aerovía, así como las novedades en el transporte público y comercial. Mediante campañas informativas y diversos canales, garantiremos que operadores, cooperativas, conductores y usuarios conozcan las medidas implementadas para un servicio óptimo y accesible.

Asimismo, reforzaremos la comunicación sobre la importancia de la revisión técnica vehicular en el transporte público y comercial, enfatizando su rol crucial en la prevención de siniestros e informando sobre los controles y requisitos necesarios para la seguridad de todos.

Eje 2: Regulación y Control del Tránsito

Nuestro compromiso es garantizar la seguridad vial en Guayaquil, enfocando nuestras acciones en la concientización y la educación ciudadana. A través de campañas informativas, redes sociales y material educativo, comunicaremos sobre los operativos de control de tránsito, no como medidas meramente sancionatorias, sino como oportunidades para educar y prevenir infracciones. Explicaremos el propósito de estos operativos, que es fomentar el cumplimiento de las normas y crear una cultura de responsabilidad en las vías.

Además, informaremos sobre mejoras en la señalización y semaforización, así como el funcionamiento del centro de control integrado, destacando su papel en la seguridad vial. Impulsaremos la implementación de aplicaciones que faciliten la participación ciudadana en la regulación del tránsito, permitiendo reportar incidentes y contribuir a la mejora continua de la movilidad.

Asimismo, informaremos permanentemente sobre cierres viales y rutas alternas, garantizando que los ciudadanos estén siempre al tanto de las condiciones del tráfico y puedan planificar sus desplazamientos de manera eficiente. Interactuamos activamente con choferes profesionales, conductores particulares, ciclistas y peatones, promoviendo una convivencia segura y ordenada en las calles de la ciudad.

Eje 3: Promoción de la Seguridad Vial y la Vinculación Ciudadana:

Nuestro enfoque principal es transformar la movilidad en Guayaquil, cultivando una cultura de seguridad vial y sostenibilidad a través de la educación y la participación activa de la ciudadanía. Para lograrlo, colaboraremos estrechamente con las áreas de Vinculación Ciudadana, Sostenibilidad y Educación Vial, implementando planes educativos integrales que aborden las necesidades específicas de cada grupo de usuarios, desde peatones y ciclistas hasta conductores y estudiantes.

Promoveremos activamente la participación ciudadana en la implementación de transportes alternativos y sostenibles, destacando sus beneficios para la salud y el medio ambiente. Además, impulsaremos la participación en actividades que fomenten una cultura vial positiva, como la Recreovía, creando espacios de convivencia y aprendizaje.

Reconociendo la importancia de la retroalimentación ciudadana, coordinaremos la socialización de proyectos viales, utilizando diversos canales para recopilar requerimientos y sugerencias que permitan adaptar las iniciativas a las necesidades reales de la comunidad. Mantenemos una comunicación constante y bidireccional con todos los actores viales, utilizando campañas publicitarias, charlas educativas y eventos comunitarios para difundir conocimientos sobre

interna y externa de la ATM, promoviendo una imagen sólida y transparente ante la ciudadanía y fortaleciendo la difusión de información relevante sobre tránsito y movilidad en la ciudad.

Servicio de agencia de publicidad para el desarrollo de la estrategia comunicacional y campañas publicitarias e informativas de la ATM:

Este proyecto implica la contratación de una agencia de publicidad con amplia experiencia en producción y conocimiento de los nuevos canales de comunicación, para desarrollar estrategias comunicacionales efectivas y campañas publicitarias e informativas que promuevan la misión, visión y servicios de la Autoridad de Tránsito y Movilidad de Guayaquil. Además, se requiere que la agencia tenga experiencia comprobada en la comunicación de temas asociados a la seguridad vial, para asegurar la pertinencia y el impacto de las campañas. La agencia seleccionada deberá ser capaz de adaptarse a las dinámicas cambiantes de la comunicación digital y tradicional, proponiendo soluciones creativas e innovadoras que conecten con los diferentes públicos objetivo de la ATM.

Servicio de Pautaje Estratégico en Plataformas Digitales, Redes Sociales, Perfiles Digitales y Medios Alternativos para la ATM:

Reconociendo el impacto transformador de los nuevos medios y perfiles digitales en la comunicación y el comportamiento ciudadano, la ATM requiere la contratación de una agencia especializada en pauta digital. Esta agencia deberá poseer una experiencia comprobada en la gestión de campañas publicitarias en plataformas digitales, redes sociales, medios tradicionales y alternativos, así como en la selección y contratación de perfiles digitales.

La selección de la agencia se basará en su capacidad para demostrar un profundo conocimiento de las dinámicas de los nuevos medios y su experiencia en la colaboración con perfiles digitales. Esto garantizará que las estrategias de pauta sean efectivas y logren maximizar el alcance de los mensajes de la ATM, conectando con audiencias amplias y diversas. La agencia deberá diseñar e implementar estrategias innovadoras que aprovechen el poder de influencia de estos nuevos canales para promover una cultura de movilidad segura y sostenible en Guayaquil.

Servicio de Transmisión de Material Informativo y Publicitario por Radios:

Este proyecto involucra la contratación de varios servicios de transmisión de material informativo y publicitario por distintas emisoras de radio de Guayaquil. Esto garantizará una cobertura amplia y variada, llegando a diferentes segmentos de la audiencia y reforzando la presencia de la ATM en los medios de comunicación locales.

Cada uno de estos proyectos contribuye al fortalecimiento de la comunicación institucional de la Autoridad de Tránsito y Movilidad de Guayaquil, promoviendo una imagen sólida y confiable ante la ciudadanía y facilitando la difusión de información relevante sobre tránsito y movilidad en la ciudad.

Servicio de Transmisión de Material Informativo y Publicitario por Televisión:

Con el objetivo de ampliar el alcance de nuestras campañas de comunicación y fortalecer la difusión de mensajes clave sobre seguridad vial y movilidad sostenible, la ATM contempla la contratación de servicios de transmisión de material informativo y publicitario por televisión.

Este servicio permitirá llegar a una audiencia masiva y diversa, incluyendo a aquellos ciudadanos que prefieren informarse a través de medios tradicionales.

La contratación de este servicio se realizará a través de un proceso de selección riguroso, priorizando a proveedores con amplia experiencia en la producción y transmisión de contenido audiovisual de alta calidad. Se evaluará la capacidad de los proveedores para adaptar los mensajes de la ATM a los diferentes formatos y horarios de la televisión.

Alcance del Plan de Comunicaciones

El Plan de Comunicaciones de la ATM para el año 2026 tiene como objetivo principal promover una cultura de movilidad segura y sostenible en Guayaquil, alcanzando a diversos públicos clave. Para lograrlo, se implementarán estrategias de comunicación integral que abarcarán tanto el ámbito interno como externo, buscando alcanzar las metas institucionales y responder a los desafíos actuales de la ciudad.

Nuestras acciones se enfocarán en la prevención de siniestros y la promoción de conductas responsables en las vías, dirigiéndose a conductores, peatones, ciclistas y usuarios del transporte público y comercial. Esto incluye la reducción del exceso de velocidad y la conducción bajo los efectos del alcohol, mediante campañas de concienciación y educación vial diseñadas para sensibilizar a cada grupo específico. Se promoverá activamente el cumplimiento de las normas de tránsito, explicando su importancia y las consecuencias de su incumplimiento, con mensajes adaptados a las necesidades y características de cada público.

Además, se buscará fortalecer la relación con la ciudadanía, informando sobre los nuevos servicios y tecnologías implementados por la ATM y facilitando su acceso a todos los usuarios, incluyendo personas con discapacidad y adultos mayores. Se fomentará la participación ciudadana en la regulación del tránsito y la implementación de soluciones de movilidad sostenible, a través de aplicaciones y actividades comunitarias que involucren a diversos sectores de la población.

La transparencia será un pilar fundamental de nuestra gestión, comunicando de manera clara y oportuna las acciones y decisiones de la ATM a todos los públicos de interés, incluyendo medios de comunicación, organizaciones civiles y la comunidad en general. Se fortalecerán las alianzas con otros actores clave, como la empresa privada, los gobiernos autónomos descentralizados y la academia, para abordar los desafíos de la movilidad de manera integral y colaborativa.

Reconociendo la influencia de los factores culturales y sociales en los comportamientos ciudadanos, nuestras estrategias comunicativas y pedagógicas serán sensibles a estas dinámicas, buscando optimizar su efectividad en cada uno de los públicos objetivo. Este plan establece los objetivos, metas y acciones necesarias para su implementación y evaluación, asegurando altos estándares de calidad y oportunidad en todas nuestras comunicaciones.

Objetivos:

Objetivo estratégico:

El procedimiento de revisión de publicaciones, que abarca desde libros y revistas hasta manuales y guías, se centra en asegurar que el contenido sea claro, preciso y accesible para todos los públicos. Se prioriza la utilización de un lenguaje sencillo y directo, evitando tecnicismos innecesarios y garantizando que los mensajes sean comprensibles para la ciudadanía en general.

Además de la calidad lingüística, se presta especial atención a la uniformidad en los mensajes institucionales, asegurando que todas las publicaciones reflejen los valores y objetivos de la ATM. Se busca que cada publicación sea una oportunidad para educar, sensibilizar y motivar a la acción, promoviendo conductas responsables y fomentando una cultura de respeto en las vías de Guayaquil.

Imagen Corporativa Institucional:

Se concibe como una herramienta estratégica para proyectar una imagen de confianza, transparencia y eficiencia, que respalde la misión de construir una cultura vial responsable en Guayaquil. No se trata simplemente de definir elementos visuales, sino de edificar una identidad que inspire confianza y credibilidad en la ciudadanía.

La identidad visual de la ATM estará determinada por lineamientos claros y uniformes, detallados en un manual de uso que facilitará su aplicación en todas las áreas de la institución. Este manual garantizará que la imagen de la ATM se proyecte de manera coherente en todas las comunicaciones, tanto internas como externas, reforzando la percepción de una institución sólida y confiable.

Asimismo, se prestará especial atención al uso correcto del logo de la Alcaldía junto con la marca de la administración, asegurando que la imagen de la ATM se alinee con la identidad visual del municipio. Se busca que la imagen corporativa de la ATM sea un reflejo de su compromiso con la seguridad vial y la movilidad sostenible, transmitiendo un mensaje de responsabilidad y servicio a la ciudadanía.

Comunicación en Crisis:

Ante la detección de una potencial crisis, que pueda impactar la imagen institucional, la ATM activará protocolos de comunicación. Este componente se centra en la gestión proactiva de riesgos. La comunicación será transparente y oportuna, informando a la ciudadanía sobre la situación, las acciones tomadas y previniendo la difusión de información errónea. El objetivo es minimizar el impacto negativo y fortalecer la confianza en la institución.

Comunicación para la Información y Atención de la Ciudadanía:

Este componente se centra en edificar un puente sólido entre la ATM y la ciudadanía, garantizando el acceso a información relevante y una atención eficiente. La difusión de información oportuna y de alta calidad se realizará a través de diversos canales, utilizando un lenguaje claro y accesible. Además, se implementarán canales de atención al ciudadano eficientes y accesibles, buscando resolver dudas, recibir sugerencias y atender reclamos de manera oportuna.

La comunicación para la información y atención de la ciudadanía se caracterizará por su proactividad, transparencia y empatía. Se buscará anticipar las necesidades de información de la ciudadanía, informar sobre los servicios y proyectos de la ATM de manera clara y oportuna,

atender las consultas y reclamos con eficiencia. El objetivo final es edificar una relación de confianza y colaboración con la ciudadanía, promoviendo una cultura de servicio y transparencia en la ATM.

Fortalecimiento de la Comunicación y Cultura Interna/Institucionalidad:

Este componente trasciende la mera difusión de información interna, buscando fomentar un sentido de pertenencia y orgullo entre los colaboradores, impulsando así una mayor apropiación de la gestión institucional.

Las estrategias de comunicación interna se diseñarán para mantener informados a los colaboradores sobre los proyectos, servicios y logros de la ATM, utilizando canales eficientes y accesibles. Asimismo, se promoverá una cultura de diálogo y retroalimentación, donde los colaboradores se sientan escuchados y valorados. Se buscará que la comunicación interna sea un reflejo de los valores y objetivos de la ATM, fortaleciendo la identidad institucional y fomentando un ambiente de trabajo colaborativo y motivador.

Cultura para la Movilidad:

Se concibe como una herramienta fundamental para edificar una Guayaquil donde la movilidad sea segura, sostenible y accesible para todos. Este componente trasciende la mera difusión de normas y reglamentos, buscando fomentar un cambio cultural profundo, promoviendo valores y comportamientos que prioricen el respeto, la responsabilidad y la convivencia en las vías.

Se establecerá un vínculo sólido entre la ATM y la ciudadanía, utilizando experiencias y aprendizajes para destacar la importancia de la cultura ciudadana en materia de movilidad. Se impulsará la acción colectiva y la corresponsabilidad, creando espacios de diálogo y participación donde los ciudadanos puedan compartir sus inquietudes, propuestas y experiencias. Se buscará que la cultura para la movilidad sea un reflejo de los valores y objetivos de la ATM, construyendo una ciudad donde la seguridad vial y la movilidad sostenible sean una realidad para todos.

Relacionamiento Estratégico con Medios de Comunicación:

Es esencial para garantizar la difusión de información oficial de manera eficaz, oportuna y de calidad. Este componente trasciende la mera distribución de comunicados de prensa, buscando edificar relaciones sólidas y duraderas con los medios de comunicación, basadas en la transparencia, la confianza y el respeto mutuo.

Se establecerán canales de comunicación directos y fluidos con los periodistas y editores, facilitando el acceso a información precisa y verificada sobre los proyectos, servicios y actividades de la ATM. Se organizarán ruedas de prensa, entrevistas y visitas guiadas para informar sobre los avances y logros de la institución, así como para responder a las inquietudes de los medios de comunicación. Se buscará que el relacionamiento estratégico con los medios de comunicación sea un reflejo del compromiso de la ATM con la transparencia y la rendición de cuentas, contribuyendo a fortalecer la confianza de la ciudadanía en la institución.

Fortalecimiento de los Canales Digitales:

Se concibe como una herramienta esencial para modernizar la comunicación de la ATM y edificar una relación más cercana y participativa con la ciudadanía. Este componente trasciende la mera

presencia en redes sociales, buscando transformar los canales digitales en plataformas de servicio, información y diálogo.

Se fortalecerá la presencia de la ATM en todos los canales digitales, incluyendo redes sociales, sitio web y aplicaciones móviles, garantizando que estos canales reflejen la visión y misión institucional. Se implementarán estrategias para generar contenido relevante y atractivo, adaptado a las necesidades e intereses de los diferentes públicos. Se fomentará la interacción con la ciudadanía, utilizando los canales digitales para resolver dudas, recibir sugerencias y atender reclamos. Se buscará que los canales digitales de la ATM sean un reflejo de su compromiso con la transparencia, la eficiencia y la participación ciudadana, contribuyendo a edificar una ciudad más segura y sostenible.

Seguimiento y Evaluación:

Es esencial para asegurar la efectividad del Plan de Comunicaciones de la ATM y optimizar la gestión de la movilidad en Guayaquil. Este componente trasciende la mera medición de resultados, buscando generar un aprendizaje continuo, permitiendo a la ATM ajustar sus estrategias y acciones a las necesidades de la ciudadanía.

El seguimiento y evaluación se realizará a través del monitoreo constante de medios digitales y tradicionales, analizando la cobertura mediática de la ATM y la percepción pública de sus acciones. Asimismo, se evaluará el impacto de la gestión de la ATM en la movilidad de la ciudad, utilizando indicadores de gestión como la reducción de siniestros, la mejora en la fluidez del tráfico y el aumento en el uso de transportes alternativos. Se buscará que el seguimiento y evaluación sea un proceso participativo.

Modelo de Gestión de la Información ATM

La gestión de la información es un pilar fundamental para el Plan de Comunicación 2026 de la ATM, permitiendo la toma de decisiones informadas y la comunicación efectiva con todos los públicos. Para garantizar el desarrollo efectivo de las acciones establecidas, la ATM implementará un modelo integral que abarca los siguientes aspectos:

Identificación de necesidades de información:

- **Interna:** Se realizarán diagnósticos periódicos para identificar las necesidades de información de los colaboradores, asegurando que cuenten con los datos necesarios para desempeñar sus funciones de manera eficiente.
- **Externa:** Se establecerán mecanismos de escucha activa para identificar las necesidades de información de los grupos de interés (ciudadanos, medios de comunicación, organizaciones, etc.), adaptando los mensajes y canales de comunicación a sus requerimientos.

Recopilación y organización de la información:

- Se implementará un sistema de recopilación sistemática de información relevante para la toma de decisiones, utilizando fuentes internas y externas confiables.
- Se organizará la información de manera estructurada y accesible, utilizando herramientas tecnológicas adecuadas para facilitar su consulta y análisis.

Uso adecuado de la información:

- Se establecerán procedimientos claros para el uso adecuado de la información, garantizando la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos.
- Se capacitará al personal en el uso responsable de la información, promoviendo una cultura de transparencia y rendición de cuentas.

Tecnologías para la gestión de la información:

- Se fomentará el uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) para la gestión de la información, de acuerdo con las capacidades internas de la ATM.
- Se implementarán herramientas de análisis de datos para monitorear el impacto de las estrategias de comunicación y evaluar la percepción pública de la ATM.
- Se fomentará el uso de plataformas digitales para mantener a la ciudadanía informada y conectada con la ATM.

Monitoreo y evaluación:

- Se establecerán indicadores de gestión para monitorear la efectividad del modelo de gestión de la información y realizar ajustes necesarios.
- Se realizarán evaluaciones periódicas para identificar áreas de mejora y garantizar la actualización constante del modelo.

Este modelo de gestión de la información permitirá a la ATM fortalecer su capacidad para comunicar de manera efectiva, construir relaciones de confianza con la ciudadanía y contribuir a la construcción de una Guayaquil más segura y sostenible.

Componentes de las estrategias de para las campañas de comunicación

LOS OBJETIVOS

Los objetivos de las estrategias deben regirse al Plan Estratégico Comunicacional de la ATM y permiten:

Alinear Estrategias:

Aseguran que todas las estrategias y acciones comunicacionales estén en sintonía con los ejes contextuales, la misión y la visión de la ATM. Esto garantiza coherencia y enfoque en los esfuerzos de comunicación.

Guiar la Acción:

Proporcionan una dirección clara para las actividades comunicacionales, ayudando a priorizar tareas y recursos.

Medir el Progreso:

Permiten evaluar el impacto de las campañas y estrategias, determinando si se están alcanzando las metas establecidas.

Rendición de Cuentas:

Permiten a la ATM mostrar a la ciudadanía, y a sus grupos de interés, de manera medible los resultados de sus esfuerzos.

POBLACIÓN Y GRUPOS DE INTERÉS

La ATM, en su afán de mejorar la movilidad en Guayaquil, ha desarrollado dentro de las estrategias de campañas un apartado denominado un documento de "públicos objetivos", donde se identifican, segmentan y comprenden los grupos de valor. Esto permite abordar sus principales necesidades para ofrecer un servicio más eficiente y definir estrategias que aborden las problemáticas existentes. Las acciones y estrategias planteadas en nuestro Plan de Comunicaciones están dirigidas a todos los ciudadanos y su rol en el espacio público de la ciudad, que es parte integral del sistema de movilidad. Reconocemos que cada decisión tomada por los individuos frente a la movilidad se hace desde la norma, la cultura y la moral.

Actores viales y ciudadanía en general:

- Conductores de vehículos particulares (autos, motos, etc.)
- Conductores de transporte público y comercial (buses, taxis, tricimotos, etc.)
- Peatones (adultos, niños, personas con discapacidad)
- Ciclistas
- Usuarios de vehículos de movilidad personal (patinetas eléctricas, etc.)
- Estudiantes (usuarios de transporte escolar, peatones, ciclistas)
- Comerciantes y trabajadores que utilizan el espacio público
- Residentes de la ciudad de Guayaquil

Entidades de la administración municipal:

- Alcaldía de Guayaquil
- Otras empresas públicas municipales.
- Concejo Municipal
- Departamentos de planificación urbana y obras públicas
- Cuerpos de seguridad municipal

Medios de comunicación y entes de control:

- Medios de comunicación locales (prensa escrita, radio, televisión, digitales)
- Periodistas y comunicadores
- Organismos de control gubernamentales
- Organizaciones no gubernamentales (ONGs) relacionadas con la movilidad
- Líderes de opinión y figuras públicas

ATM (Como cabeza de sector movilidad):

- Directivos y personal de la ATM
- Consultores y asesores externos
- Proveedores de servicios relacionados con la movilidad

CUANDO COMUNICAR:

La entrega de información será continua y ajustada a las necesidades tanto de la administración como de la ciudadanía, priorizando temas urgentes y de alto impacto. Los medios de comunicación serán la vía para proporcionar información actualizada. Asimismo, las distintas acciones comunicacionales se organizarán siguiendo la estrategia comunicativa planificada.

MENSAJES Y TEMAS PARA COMUNICAR:

Los mensajes y temas para comunicar deben alinearse con la misión y visión de la ATM, y categorizarse dentro de los ejes de comunicación. Además, deben ser de valor para el ciudadano, proporcionando información útil y relevante que contribuya a mejorar su experiencia en la movilidad de Guayaquil.

MES	Eje 1: Regulación y Control del Transporte	Eje 2: Regulación y Control del Tránsito	Eje 3: Promoción de la Seguridad Vial y la Vinculación Ciudadana	Eje 4: Construcción de Alianzas Estratégicas	Eje 5: Fortalecimiento Institucional
ENERO	Servicios de la Metrovía	Operativos	La Guayaca		Cultura y clima laboral
	Servicios de la Aerovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial		Misión y visión institucional
		Semaforización y señalética vial	Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		Valores institucionales
			Parquímetro		
			Concientización de conducción en época invernal		
			Revisión Técnica Vehicular (rezagados)		
			Concientización de conducción con vehículos seguros en temporada de playa.		
FEBRERO	Revisión Técnica Vehicular (transporte escolar dígitos 1 -2)	Operativos	Revisión Técnica Vehicular (dígito 1)		Campaña informativa: Prohibido fumar.
	Servicios de la Metrovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial		Uso del lactario
	Servicios de la Aerovía	Semaforización y señalética vial	Concientización de conducción en época invernal		Día de las cero discriminaciones
	Socialización tarifa SITU	Dispositivos tecnológicos de control de velocidad	Concientización de conducción con vehículos seguros en temporada de playa.		
		Plan operativo por feriado.	La Guayaca		
			Servicios ciudadanos.		

			Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
MARZO	Revisión Técnica Vehicular (transporte escolar dígitos 3 - 4)	Operativos	Metrovía gratis por el Día de la Mujer		Uso de mascarillas.
	Servicios de la Metrovía	Cierres viales	Revisión Técnica Vehicular (dígito 2)		Puntos de encuentro ante sismos.
	Servicios de la Aerovía	Semaforización y señalética vial	Capacitación y educación vial		Cumplimiento del plan anual de vacaciones.
	Socialización tarifa SITU	Dispositivos tecnológicos de control de velocidad	Concientización de conducción en época invernal		
			Concientización de conducción con vehículos seguros en temporada de playa.		
			La Guayaca		
			Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
ABRIL	Revisión Técnica Vehicular (transporte escolar dígitos 5 - 6)	Operativos	Revisión Técnica Vehicular (dígito 3)		Día del Trabajador Social
	Servicios de la Metrovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial		Uso del lactario
	Servicios de la Aerovía	Semaforización y señalética vial	Concientización de conducción en época invernal		Uso de mascarillas.
		Plan operativo por feriado.	Concientización de conducción con vehículos seguros en temporada de playa.		
		Plan Operativo inicio de clases	La Guayaca		
			Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		

			Requisitos para stickers de parqueo para personas con discapacidad		
			Promover el uso de la bicicleta como medio de transporte sostenible.		
MAYO	Revisión Técnica Vehicular (transporte escolar dígitos 7 - 8)	Operativos	Revisión Técnica Vehicular (dígito 4)	Mayo amarillo	Rendición de cuentas
	Servicios de la Metrovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial	Semana Mundial de la ONU por la Seguridad Vial	Lanzamiento de Anuario 2025
	Servicios de la Aerovía	Semaforización y señalética vial	La Guayaca		Día Mundial de la Nutrición.
		Plan Operativo inicio de clases	Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
		Plan operativo por feriado.	Parquímetro		
				Requisitos para stickers de parqueo para personas con discapacidad	
JUNIO	Revisión Técnica Vehicular (transporte escolar dígitos 9 - 0)	Operativos	Metrovía gratis por Día del Niño.	Día Mundial de la Seguridad Vial	Uso del lactario.
	Servicios de la Metrovía	Cierres viales	Revisión Técnica Vehicular (dígito 5)	Campaña de concientización sobre el respeto a los límites de velocidad - Bloomberg.	Uso de mascarillas.
	Servicios de la Aerovía	Semaforización y señalética vial	Capacitación y educación vial		Campaña de prohibido fumar.
			La Guayaca		
			Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
				Requisitos para stickers de parqueo para personas con discapacidad	
			Promover el uso de la bicicleta como medio de		

			transporte sostenible.		
JULIO	Servicios de la Metrovía	Operativos	Metrovía gratis por Fundación de Guayaquil.	Campaña de concientización sobre el respeto a los límites de velocidad - Bloomberg.	Día Mundial contra la Hepatitis
	Servicios de la Aerovía	Cierres viales	Revisión Técnica Vehicular (dígito 6)		Cumplimiento con el plan anual de vacaciones.
		Semaforización y señalética vial	Capacitación y educación vial		
		Plan operativo por feriado.	La Guayaca		
			Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
AGOSTO	Servicios de la Metrovía	Operativos	Revisión Técnica Vehicular (dígito 7)	Día del Peatón	Aniversario de la ATM
	Servicios de la Aerovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial		Uso del lactario
		Semaforización y señalética vial	La Guayaca		Día del psicólogo ecuatoriano.
		Plan operativo por feriado.	Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
			Requisitos para stickers de parqueo para personas con discapacidad		
SEPTIEMBRE	Servicios de la Metrovía	Operativos	Revisión Técnica Vehicular (dígito 8)	Semana de la Movilidad Sostenible	Campaña informativa: ficha de reintegro
	Servicios de la Aerovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial		Uso del lactario
		Semaforización y señalética vial	La Guayaca		Campaña informativa: Riesgo de seguridad.
			Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
			Requisitos para stickers de parqueo para personas con discapacidad		

OCTUBRE	Servicios de la Metrovía	Operativos	Revisión Técnica Vehicular (dígito 9)	Día Internacional de la Educación vial	Día mundial de la salud mental.
	Servicios de la Aerovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial	Participación en evento de movilidad.	Día Internacional de la No Violencia.
		Semaforización y señalética vial	La Guayaca.		
		Plan operativo por feriado.	Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
			Requisitos para stickers de parqueo para personas con discapacidad		
			Metrovía gratis por Independencia de Guayaquil.		
NOVIEMBRE	Servicios de la Metrovía	Operativos	Revisión Técnica Vehicular (dígito 0)	Día Mundial de las Víctimas por Siniestros de Tránsito	Uso del lactario
	Servicios de la Aerovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial	Día Mundial del Transporte Sostenible	Campaña: Prohibido fumar.
		Semaforización y señalética vial	La Guayaca.		Campaña informativa: Riesgo de seguridad.
		Plan operativo por feriado.	Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
			Requisitos para stickers de parqueo para personas con discapacidad		
DICIEMBRE	Servicios de la Metrovía	Operativos	Revisión Técnica Vehicular (rezagados)	Día del cinturón de seguridad	Día de los Derechos Humanos.
	Servicios de la Aerovía	Cierres viales	Capacitación y educación vial	Día de las personas con discapacidad	Día del agente de tránsito.
		Semaforización y señalética vial	La Guayaca.		Cumplimiento del proceso anual de desempeño.
		Plan operativo por feriado.	Servicios ciudadanos. Sticker a domicilio. Prechequeo gratuito.		
			Parquímetro		
			Requisitos para stickers de parqueo		

			para personas con discapacidad		
			Metrovía gratis por el Día de las personas con discapacidad.		
			Metrovía gratis por Navidad.		

PRODUCTOS COMUNICACIONALES

Los productos comunicacionales de la ATM se diseñarán para ser accesibles a todos los públicos, considerando la diversidad de necesidades y preferencias de la ciudadanía. Esto implica la creación de materiales en diferentes formatos (textos, videos, audios, infografías) y la utilización de diversos canales de comunicación (redes sociales, sitio web, medios tradicionales, eventos comunitarios). Se priorizará la claridad y sencillez en el lenguaje, evitando tecnicismos innecesarios y asegurando que los mensajes sean comprensibles para todos.

Además, los productos comunicacionales se complementarán entre sí, creando una sinergia que permita reforzar los mensajes clave y maximizar el impacto de las campañas. Se buscará que cada producto capte la atención del ciudadano, utilizando un diseño atractivo y contenido relevante. Todos los productos comunicacionales cumplirán con los criterios establecidos en el Plan de Comunicación de la ATM, garantizando la coherencia y uniformidad en los mensajes institucionales. Se realizarán evaluaciones periódicas para medir la efectividad de los productos comunicacionales y realizar ajustes necesarios.

MEDIOS Y CANALES DE COMUNICACIÓN

Comunicaciones internas y externas

La ATM reconoce que una comunicación bidireccional y transparente es esencial para construir una Guayaquil con movilidad segura y sostenible. Por ello, se compromete a implementar estrategias de comunicación interna y externa que fortalezcan el vínculo con sus diversos públicos y promuevan una cultura de responsabilidad y servicio.

Comunicación Interna:

- **Información y Actualización:** Se mantendrá informado al personal sobre los proyectos, servicios y logros de la ATM, utilizando canales de comunicación interna eficientes.
- **Cultura de Colaboración:** Se promoverá un ambiente de trabajo colaborativo y motivador, fomentando el diálogo y la retroalimentación entre los colaboradores.
- **Sentido de Pertenencia:** Se fortalecerá el sentido de pertenencia y orgullo entre los colaboradores, impulsando la apropiación de la gestión institucional y la cultura de servicio al ciudadano.
- **Alineación con Objetivos:** Se asegurará que la comunicación interna refleje los valores y objetivos de la ATM, fortaleciendo la identidad institucional.

Comunicación Externa:

- **Acceso a la Información:** Se garantizará el acceso a información clara, oportuna y relevante a través de múltiples canales, incluyendo el sitio web (con especial atención a la Ley de Transparencia), redes sociales y medios de comunicación.
- **Contenido de Valor:** Se crearán mensajes y contenidos adaptados a las necesidades de cada grupo de interés (actores viales, entidades municipales, medios de comunicación, entes de control), enfocándose en temas como seguridad vial, movilidad sostenible, servicios y proyectos de la ATM.
- **Diálogo Abierto:** Se fomentará la interacción con la ciudadanía a través de plataformas digitales, eventos comunitarios y otros espacios de diálogo, buscando recibir retroalimentación y construir relaciones de confianza.
- **Transparencia y Rendición de Cuentas:** Se comunicarán de forma proactiva los resultados de la gestión de la ATM, cumpliendo con los requisitos normativos y reglamentarios, y promoviendo la transparencia en todas las acciones.

La selección del contenido de los mensajes estará adaptada al grupo de interés al que se dirige y al medio o canal de comunicación utilizado. Para la ATM, hemos identificado los siguientes canales para facilitar la comunicación interna y externa:

- Reuniones con diferentes actores
- Portal web
- Intranet
- Carteleras digitales o pantallas electrónicas
- Correo institucional
- Redes sociales
- Activaciones en vía
- Medios masivos

La contratación de medios de comunicación es esencial para alcanzar nuestros objetivos estratégicos de comunicación en la ciudad de Guayaquil. Al seleccionar cuidadosamente los medios con mayor alcance y relevancia para nuestra audiencia objetivo, podemos optimizar el uso de nuestros recursos y garantizar un impacto significativo con las campañas implementadas. Esta estrategia nos permite llegar de manera efectiva a nuestra audiencia deseada, asegurando que nuestros mensajes sean ampliamente difundidos y recibidos por la comunidad.

Por tanto, es necesario proceder con la contratación de la pauta en medios que mejor se ajusten a nuestras necesidades y objetivos de comunicación. Esto nos permitirá asegurar la máxima visibilidad y efectividad de nuestras campañas, llegando a las personas en el momento y lugar adecuados. Con ello, maximizaremos el retorno de nuestra inversión en comunicación y lograremos un mayor impacto en la comunidad de Guayaquil.

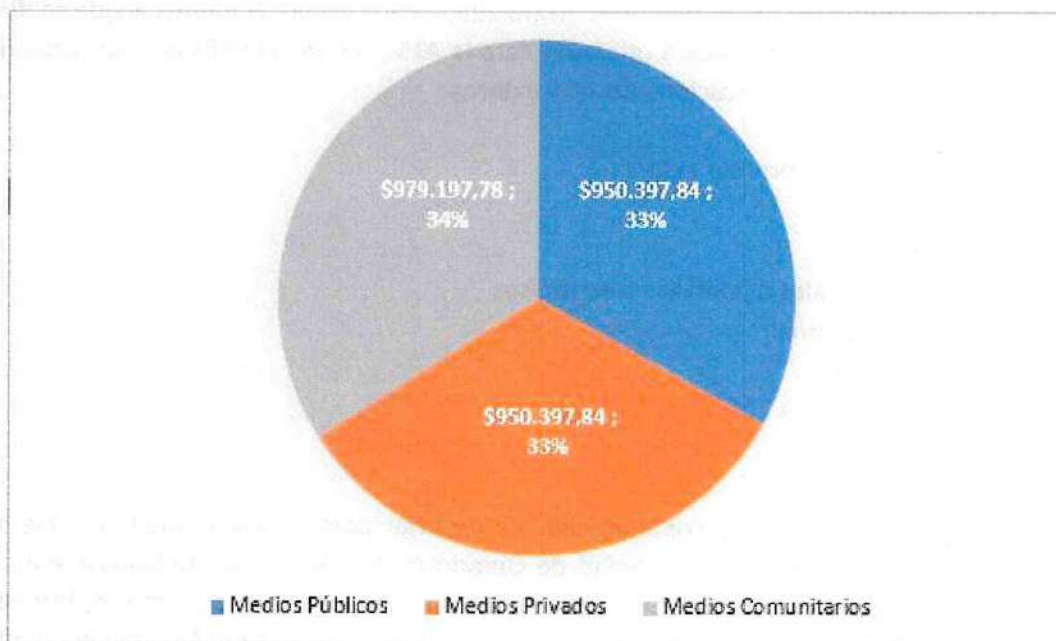
DISTRIBUCIÓN DE INVERSIÓN PÚBLICA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

1.1. PRESUPUESTO APROBADO DE PUBLICIDAD:

En el año 2026, la Dirección de Comunicación de la EPMTMG, ha destinado para la ejecución de su Estrategia de Publicidad y Propaganda un presupuesto de \$2.731.977,92 (un DOS MILLONES SETECIENTOS TREINTA Y UN MIL NOVECIENTOS SETENTA Y SIETE CON 92/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.).

1.2. DISTRIBUCIÓN DEL GASTO:

En atención a lo expuesto y en concordancia con lo previsto en el artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación, se establece el siguiente desglose de distribución, conforme a lo dispuesto en la normativa vigente.



1.2.1. DE LOS MEDIOS PÚBLICOS:

De conformidad con el artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación, a la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil Ep., le correspondería destinar \$950.397,84 en inversión publicitaria a medios de comunicación públicos, equivalentes al 33% de la pauta oficial.

Sin embargo, la ejecución material de esta disposición resulta inviable, por los siguientes motivos:

a) LIMITADA OFERTA DE MEDIOS PÚBLICOS CON COBERTURA Y/O ALCANCE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL:

De conformidad con el Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional, publicado por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), existen en total 313 medios públicos registrados a nivel nacional; de los cuales, únicamente existen 12 medios públicos con cobertura en la provincia del Guayaquil, conformados por 08 radiodifusoras y 04 canales de televisión. (Verificable en la columna “Área Servida” del siguiente cuadro).

RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA													
Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional													
Provincia	Categoría	Concesionario	Nombre Estación	Frecuencia	Car	Tipo	Área Servida	Año de fund.	Indicativo	Ciudad Estación	Clase	P.R.R.	
EL DRO	FM - Frecuencia Modulada	ASAMBLEA NACIONAL	LA RADIO DE LA ASAMBLEA NACIONAL	93,1		REPETIDOR	MACHALA, ARENILLAS, CHILLA, EL GUABO, HUAQUILLAS, PASAJE, SANTA ROSA, BALAO, parroquia Tenguel del cantón GUAYAQUIL, PUCARÁ, CAMILO PONCE ENRIQUEZ, PIÑAS, ATAHUALPA, PORTOVELO, ZARUMA, BALSAS, MARCABELÍ, LAS LAJAS	220	HCO483	QUITO	Pública	4066,77	
GUAYAS	FM - Frecuencia Modulada	ASAMBLEA NACIONAL	LA RADIO DE LA ASAMBLEA NACIONAL	100,9		REPETIDOR	GUAYAQUIL (excepto la parroquia Tenguel) DAULE, DURÁN, MILAGRO, NARANJITO, PEDRO CARBO, SAMBORONDON, SALITRE, SAN JACINTO DE YAGUACHI, SIMÓN BOLÍVAR, CORONEL MARCELINO MARIDUEÑA, LOMAS DE SARGENTILLO, NOBOL, GENERAL ANTONIO ELIZALDE, ISIDRO AYORA, CUMANDÁ	220	HCD479	QUITO	Pública	10148,4	
GUAYAS	ISDB-T - Televisión Digital	EMPRESA PÚBLICA DE COMUNICACION DEL ECUADOR EP	ECUADOR TV			21	REPETIDOR	GUAYAQUIL-DURAN-SAMBORONDON-SAN JACINTO DE YAGUACHI	6000	HD-XXXX	QUITO	Pública	19205,7
GUAYAS	FM - Frecuencia Modulada	EMPRESA PÚBLICA DE COMUNICACION DEL ECUADOR EP	PUBLICA FM	105,3		REPETIDOR	GUAYAQUIL-DURAN-MILAGRO-SAMBORONDON-SAN JACINTO DE YAGUACHI-LOMAS DE SARGENTILLO-NOBOL-DAULE-SALITRE (URBINA JADO)	220	HD-XXXX	QUITO, TABACUNDO, CAYAMBE, SANGOLQUÍ, MACHACHI	Pública	6138	
GUAYAS	TV - Televisión Abierta	EMPRESA PÚBLICA DE COMUNICACION DEL ECUADOR EP	ECUADOR TV			7	REPETIDOR	DURAN-GUAYAQUIL-SAMBORONDON-SAN JACINTO DE YAGUACHI	6000	HCO520	QUITO, SANGOLQUÍ, MACHACHI	Pública	55000
EL DRO	FM - Frecuencia Modulada	EMPRESA PÚBLICA DE COMUNICACION E INFORMACION PASAJE DE LAS NIEVES CP-EP	RADIO PÚBLICA JUBONES 91.9FM	91,9		MATRIZ	MACHALA, ARENILLAS, CHILLA, EL GUABO, HUAQUILLAS, PASAJE, SANTA ROSA, BALAO, parroquia Tenguel del cantón GUAYAQUIL, PUCARÁ, CAMILO PONCE ENRIQUEZ, PIÑAS, ZARUMA, ATAHUALPA, PORTOVELO, BALSAS, MARCABELÍ, LAS LAJAS	220	HCPN3	PASAJE	Pública	1297,63	
GUAYAS	AM - Amplitud Modulada	INSTITUTO OCEANOGRÁFICO Y ANTÁRTICO DE LA ARMADA	INOCAR	1510		MATRIZ	LOMAS DE SARGENTILLO-NOBOL-BABA-BABAHOYO-LA TRONCAL-GUAYAQUIL-ALFREDO BAQUERIZO MORENO-DAULE-DURAN-EL TRIUNFO-MILAGRO-NARANJAL-NARANJITO-PEDRO CARBO-SAMBORONDON-SANTA LUCIA-SALITRE (URBINA JADO)-SAN JACINTO DE YAGUACHI-PLAYAS-SIMÓN BOLÍVAR	15	HCO-2	GUAYAQUIL	Pública	3200	
GUAYAS	FM - Frecuencia Modulada	MINISTERIO DEL INTERIOR - COMANDANCIA GENERAL DE LA POLICIA NACIONAL	RADIO VIGIA FM	102,9		REPETIDOR	GUAYAQUIL-DAULE-DURAN-MILAGRO-SAMBORONDON-SALITRE (URBINA JADO)-SAN JACINTO DE YAGUACHI-LOMAS DE SARGENTILLO-NOBOL	220	HD-XXXX	QUITO	Pública	7564	
EL DRO	FM - Frecuencia Modulada	MINISTERIO DEL INTERIOR - COMANDANCIA GENERAL DE LA POLICIA NACIONAL	RADIO VIGIA FM	91,5		REPETIDOR	MACHALA, ARENILLAS, ATAHUALPA, CHILLA, EL GUABO, HUAQUILLAS, PASAJE, PIÑAS, PORTOVELO, SANTA ROSA, ZARUMA, BALAO, CAMILO PONCE ENRIQUEZ, PUCARÁ, parroquia Tenguel del Cantón Guayaquil	220	HD-XXXX	QUITO	Pública	939,84	
GUAYAS	FM - Frecuencia Modulada	SENACOM	RADIO NACIONAL DEL ECUADOR	97,7		REPETIDOR	GUAYAQUIL-DURAN-SAN JACINTO DE YAGUACHI-NOBOL-DAULE-LOMAS DE SARGENTILLO-SALITRE (URBINA JADO)-SAMBORONDON-MILAGRO-ISIDRO AYORA	220	HCO574	QUITO, TABACUNDO, CAYAMBE, SANGOLQUÍ, MACHACHI	Pública	5726	
GUAYAS	TV - Televisión Abierta	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	UCSG TELEVISION			42	MATRIZ	GUAYAQUIL-DURAN-SAMBORONDON-SAN JACINTO DE YAGUACHI	6000	HCG642TV	GUAYAQUIL	Pública	70800
GUAYAS	TV - Televisión Abierta	UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO	UNEMI TV			50	MATRIZ	GUAYAQUIL-SAMBORONDON-SAN JACINTO DE YAGUACHI-MILAGRO-DURAN-SALITRE (URBINA JADO)	6000	HCO553	MILAGRO	Pública	118032

Nota. Tomado de [8.1.3-Listado RTV-Diciembre 2025.xls](#)

Por su parte, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 88 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), el cual establece que: “(...) Los medios de comunicación social se registrarán obligatoriamente en un catastro a cargo del Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación; dicho catastro deberá contener datos generales que se determinarán en el reglamento. (...)”. De acuerdo con el listado oficial de medios de comunicación publicado por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, se registran un total de 35 medios públicos a nivel nacional. De ellos, únicamente dos medios (UCSG Televisión y Ecuador Comunicación) tienen alcance en la ciudad de Guayaquil; mientras que tres medios adicionales, conformados por dos radios y una televisora, cuentan con cobertura de carácter nacional.

CATASTRO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS - 2025

Nº	RUC	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL	TIPO DE MEDIO	CLASIFICACIÓN DEL MEDIO	ALCANCE	NOMBRE DEL MEDIO	PÚBLICO	NACIONALIDAD	PROVINCIA	CANTÓN	ESTADO CERTIFICADO
43	0990149054001	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	MERA ORTIZ WALTER VICENTE	PÚBLICO	TELEVISIÓN	LOCAL	UCSG TELEVISION	.	.	GUAYAS	GUAYAQUIL	Vigente
50	1790613945001	EMPRESA PUBLICA DE COMUNICACION	HOLGUIN NARANJO MARCELA	PÚBLICO	TELEVISIÓN	NACIONAL	ECUADOR TV	.	.	PICHINCHA	DISTRITO	Vigente
84	1766061330001	COMANDANCIA GENERAL - PLANTA	BONILLA SISALEMA ROQUE	PÚBLICO	RADIO	NACIONAL	RADIO VIGIA	.	.	PICHINCHA	DISTRITO	S/N
132	1790613945001	EMPRESA PUBLICA DE COMUNICACION	HOLGUIN NARANJO MARCELA	PÚBLICO	RADIO	NACIONAL	PÚBLICA FM	.	.	PICHINCHA	DISTRITO	Vigente
647	1790611932001	FUNDACION ECUATORIANA JUAN PABLO	PINTA GUAMAN LUIS FELIPE	PÚBLICO	RADIO	NACIONAL	RADIO CATOLICA	.	.	PICHINCHA	DISTRITO	Vigente
719	1766161170001	PICHINCHA COMUNICACIONES EP	PEREZ SANCHEZ LUIS	PÚBLICO	INTERNET		RADIO PICHINCHA	.	.	PICHINCHA	DISTRITO	S/N
740	0995227487001	ECUADOR COMUNICACION ECU RADIO S.A.	AGUILERA RIOS DANIEL ENRIQUE	PÚBLICO	INTERNET		ECUADOR COMUNICACIÓN	.	.	GUAYAS	GUAYAQUIL	Vigente

Nota. Tomado de [CATASTRO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS 2025 JULIO](#)

La estrategia comunicacional institucional de la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil, EP, tiene como eje fundamental garantizar que los mensajes, campañas y acciones de difusión lleguen de manera directa y efectiva a la ciudadanía del cantón Guayaquil, en concordancia con la misión institucional y con el mandato establecido en el artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación (LOC), que dispone que la pauta publicitaria debe realizarse de conformidad con la estrategia comunicacional de cada institución pública.

En este contexto, resulta indispensable que la contratación de publicidad se efectúe únicamente con medios que cuenten con cobertura real, señal efectiva y capacidad comprobada de penetración en la jurisdicción territorial del cantón Guayaquil. Destinar recursos a medios públicos, privados o comunitarios que, aun estando habilitados en el registro nacional, carecen de presencia en la ciudad o no poseen audiencias representativas dentro de este territorio, supondría un uso ineficiente e inadecuado de los fondos municipales, en abierta contradicción con los principios que rigen la gestión de recursos públicos.

Dicho proceder atentaría directamente contra el principio de eficiencia en el gasto público, previsto en la Constitución de la República y la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado, que obliga a las instituciones a utilizar los recursos de manera proporcional, eficaz y con resultados tangibles para la ciudadanía. Invertir en canales sin alcance en Guayaquil significaría dispersar recursos en espacios que no cumplen con el objetivo comunicacional institucional, generando un perjuicio económico y restando impacto a las campañas.

Adicionalmente, el propio artículo 57 del Reglamento a la LOC dispone que, en caso de no poder cumplir materialmente con los porcentajes de distribución establecidos en el artículo 95 de la Ley, se deberá justificar la imposibilidad en función de los criterios de objetivo comunicacional, público objetivo, jurisdicción territorial, audiencia y sintonía. Estos criterios, aplicados al caso de la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil Ep., evidencian que únicamente los medios con cobertura en la ciudad pueden considerarse viables para contratar, descartando a aquellos cuya señal o influencia no alcanza a la población guayaquileña.

En suma, la contratación con medios sin cobertura en Guayaquil no solo carece de justificación técnica y comunicacional, sino que además resulta contraria al marco legal vigente y a los principios de eficiencia, eficacia y pertinencia en la gestión pública, al no garantizar la llegada de

los mensajes institucionales al público meta que corresponde atender prioritariamente: la ciudadanía del cantón Guayaquil.

b) IMPOSIBILIDAD DE ASIGNAR EL 33% DEL PRESUPUESTO DESTINADO A PUBLICIDAD EN SOLO DOS MEDIOS:

La asignación de la totalidad del monto correspondiente a **USD 950.397,84** a dos medios, como UCSG Televisión y ECUADOR COMUNICACION ECURADIO S.A., no es factible ni técnica ni jurídicamente, pues destinar íntegramente el presupuesto a dos únicos medios contravendría el principio de pluralidad y democratización de la comunicación, recogido en el artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación. Dicho precepto no se limita a establecer porcentajes de inversión, sino que tiene como finalidad garantizar una distribución equilibrada de la pauta oficial en diversos medios, ampliando las voces, fortaleciendo la diversidad informativa y promoviendo un ecosistema mediático equitativo. En este contexto, la concentración del presupuesto en únicamente dos medios generaría un efecto contrario al espíritu de la norma, al reducir la diversidad informativa y otorgar una posición de privilegio a dos operadores de comunicación pública.

Además, la audiencia de **UCSG Televisión y ECUADOR COMUNICACION ECURADIO S.A.** tiene niveles de sintonía significativamente inferiores a los de otros medios privados de cobertura nacional y local. En este contexto, resulta imposible que dos medios puedan garantizar la difusión integral y efectiva de campañas institucionales que, por su naturaleza, deben llegar a la totalidad de la población del cantón Guayaquil. La magnitud del presupuesto asignado exige una diversificación de la pauta que asegure que los mensajes lleguen a todos los segmentos de la ciudadanía, algo que no se logra con la limitada penetración de los dos canales de información.

Es importante señalar que la asignación de **USD 950.397,84** a uno o a únicamente dos medios de comunicación con niveles de cobertura y rating limitados constituiría un uso desproporcionado e ineficiente de los recursos públicos, situación que podría derivar en observaciones de carácter técnico, financiero y legal. En concordancia con lo dispuesto en el artículo 227 de la Constitución de la República y la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado, la administración pública debe regirse por los principios de eficiencia, eficacia, economía y responsabilidad, los cuales no se satisfacen cuando el gasto se concentra en uno o dos operadores de comunicación de alcance reducido.

Adicionalmente, aun en el escenario hipotético de concentrar la totalidad de la inversión en UCSG Televisión y ECUADOR COMUNICACIÓN ECURADIO S.A., dicha asignación resulta técnicamente inviable, en tanto estos medios no disponen de la capacidad operativa suficiente para absorber la totalidad de la pauta contratada.

En consecuencia, la limitación no solo es legal y estratégica, sino también práctica y financiera, lo que refuerza la imposibilidad material de cumplir con la concentración en un único operador.

Al respecto, el artículo 57 del Reglamento a la LOC establece que, en caso de no poder cumplir materialmente con los porcentajes previstos en el artículo 95 de la Ley, debe justificarse la imposibilidad con base en criterios de objetivo comunicacional, público objetivo, jurisdicción

territorial, audiencia y sintonía.

Este esquema contractual no solo garantiza un uso eficiente y proporcional de los recursos públicos, sino que además asegura la viabilidad técnica del medio contratado para difundir de manera efectiva los mensajes institucionales, optimizando la relación costo-beneficio y fortaleciendo la cobertura comunicacional en Guayaquil. Estas contrataciones se encuentran incluida en el POA 2026 de la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil Ep., y estaba previsto a realizarse en el primer cuatrimestre.

Considerando los plazos del ejercicio fiscal y la planificación establecida para la ejecución de la Estrategia Comunicacional Institucional, se evidencia que la eventual ejecución de pauta publicitaria en medios públicos con cobertura en la ciudad de Guayaquil no permitiría absorber la totalidad de los recursos asignados a este segmento, dadas las limitaciones de alcance, audiencia y capacidad operativa de los medios disponibles.

En virtud de lo expuesto, y de conformidad con lo establecido en el artículo 57 del Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación, resulta necesario proceder a la redistribución del monto que no resulta materialmente ejecutable, correspondiente a **USD 950.397,84**, a fin de garantizar una adecuada, oportuna y eficiente utilización del presupuesto institucional.

Dicha redistribución se fundamenta en criterios técnicos y comunicacionales, tales como el objetivo de las campañas institucionales, el objeto de la comunicación, el público objetivo, la jurisdicción territorial de la entidad, así como los niveles de audiencia y sintonía de los medios de comunicación disponibles, asegurando el cumplimiento de los principios de eficiencia, eficacia, economía y responsabilidad en el uso de los recursos públicos.

1.2.2. DE LOS MEDIOS COMUNITARIOS

De conformidad con el artículo 95 de la Ley Orgánica de Comunicación, a la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil Ep., le correspondería destinar **\$ 979.197,78** en inversión publicitaria a medios de comunicación comunitarios, equivalentes al 34% de la pauta oficial.

Sin embargo, la ejecución material de esta disposición resulta inviable, por los siguientes motivos:

a) LIMITADA PRESENCIA DE MEDIOS COMUNITARIOS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

De conformidad con el Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional, publicado por la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL), existen en total 139 medios públicos registrados a nivel nacional; de los cuales existe 07 medios comunitario con cobertura en la ciudad de Guayaquil.

RADIODIFUSIÓN SONORA Y TELEVISIÓN ABIERTA

Categoría Infraestructura

Listado completo de estaciones de radiodifusión sonora y televisión abierta a nivel nacional

Provincia	Categoría	Concesionario	Nombre Estación	Frecuencia	Canal	Tipo	Área Servida	Ancho De Banda	Indicativo	Ciudad Estudio	Clase	P.E.R.
GUAYAS	TV - Televisión Abierta	ASOCIACION DE MINISTERIOS ANDINOS ASOMA	ASOMAVISIÓN			REPETIDOR	SAN JACINTO DE YAGUACHI-SALITRE (URBINA JADO)-GUAYAQUIL-MILAGRO-DURAN-SAMBORONDON	6000	HC0299	QUITO	Comunitario	45496
GUAYAS	FM - Frecuencia Modulada	BIBLE BROADCASTING NETWORK	BBN 100.1 FM	100,1		MATRIZ	DURAN-SAN JACINTO DE YAGUACHI-NOBOL-DAULE-LOMAS DE SARGENTILLO-SALITRE (URBINA JADO)-SAMBORONDON-MILAGRO-NARANJITO-CORONEL MARCELINO MARIDUEÑA-GUAYAQUIL	220	HC0343	GUAYAQUIL	Comunitario	7429,88
EL ORO	FM - Frecuencia Modulada	FUNDACION DE EXPRESION SOCIO CULTURAL MUSICAL JOSIAS PEÑALOZA PESANTEZ	RADIO FIESTA F.M.	105,5		MATRIZ	MACHALA, ARENILLAS, CHILLA, EL GUABO, HUAQUILLAS, PASAJE, SANTA ROSA, BALAO, parroquia Tenguel del cantón GUAYAQUIL, PUCARÁ, CAMILO PONCE ENRIQUEZ	220	HC1106	PASAJE	Comunitario	1505,86
GUAYAS	AM - Amplitud Modulada	FUNDACION DINAMICA INTERNACIONAL	RADIO DINAMICA	1490		MATRIZ	NARANJAL-LA TRONCAL-EL TRIUNFO-SIMÓN BOLÍVAR-ALFREDO BAQUERIZO MORENO-BABAHoyo-BABA-SALITRE (URBINA JADO)-SANTA LUCIA-DAULE-LOMAS DE SARGENTILLO-ISIDRO AYORA-NOBOL-GUAYAQUIL-SAN JACINTO DE YAGUACHI-NARANJITO-MILAGRO-DURAN-SAMBORONDON-CORONEL MARCELINO MARIDUEÑA	15	HC0154	GUAYAQUIL	Comunitario	4843,06
EL ORO	FM - Frecuencia Modulada	FUNDACION RADIO MARIA	RADIO MARIA	95,9		REPETIDOR	MACHALA, ARENILLAS, CHILLA, EL GUABO, HUAQUILLAS, PASAJE, SANTA ROSA, BALAO, parroquia Tenguel del cantón GUAYAQUIL, PUCARÁ, CAMILO PONCE ENRIQUEZ	220	HC0854	QUITO	Comunitario	997,63
GUAYAS	FM - Frecuencia Modulada	MISSION THE WORLD RADIO MISSIONARY FELLOWSHIP INC.	HCJB LA VOZ Y VENTANA DE LOS ANDES	102,5		MATRIZ	SAMBORONDON-SALITRE (URBINA JADO)-SAN JACINTO DE YAGUACHI-LOMAS DE SARGENTILLO-NOBOL-GUAYAQUIL-DAULE-DURAN-MILAGRO	220	HCJB2	GUAYAQUIL	Comunitario	7500
GUAYAS	FM - Frecuencia Modulada	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	UCSG FM RADIO	97,3		MATRIZ	GUAYAQUIL(excepto la parroquia Tenguel), DAULE, DURAN, MILAGRO, NARANJITO, PEDRO CARBO, SAMBORONDON, SALITRE, SAN JACINTO DE YAGUACHI, SIMÓN BOLÍVAR, CORONEL MARCELINO MARIDUEÑA, LOMAS DE SARGENTILLO, NOBOL, GENERAL ANTONIO ELIZALDE, ISIDRO AYORA, CUMANDA	220	HC0888	GUAYAQUIL	Comunitario	16518,5

Nota. Tomado de [8.1.3-Listado RTV-Noviembre 2025.xls](#)

Por su parte, según el listado de medios de comunicación publicado por el Consejo de Desarrollo y Promoción de la Información y Comunicación, existen en total 77 medios comunitarios a nivel nacional, de los cuales solo 02 medios (UCSG FM RADIO y HCJB2) tienen alcance en la ciudad de Guayaquil.

CATASTRO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS - 2025												
ID	RUC	RAZÓN SOCIAL	NOMBRE DEL REPRESENTANTE LEGAL	TIPO DE MEDIO	CLASIFICACIÓN DEL MEDIO	ALCANCE	NOMBRE DEL MEDIO	PUEBLICIDAD	NACIONALIDAD	PROVINCIA	CANTÓN	ESTADO CERTIFICADO
91	959014054001	UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL	MERA ORTIZ WALTER VICENTE	COMUNITARIO	RADIO	LOCAL	UCSG FM RADIO	NINGUNO	NINGUNO	GUAYAS	GUAYAQUIL	Vigente
99	1798102424001	MISSION THE WORLD RADIO MISSIONARY FELLOWSHIP INC.	MEZA AGUIRRE VERONICA ELIZABETH	COMUNITARIO	RADIO	LOCAL	HCJB2	NINGUNO	NINGUNO	GUAYAS	GUAYAQUIL	Vigente

Nota. Tomado de [CATASTRO DEL REGISTRO PÚBLICO DE MEDIOS 2025 JULIO](#)

b) IMPOSIBILIDAD DE ASIGNAR EL 34% DEL PRESUPUESTO DESTINADO A PUBLICIDAD EN DOS MEDIOS COMUNITARIOS

La concentración del 34% del presupuesto en, HCJB2 y UCSG FM Radio contravendría el principio de pluralidad y democratización de la comunicación establecido en el artículo 95 de la LOC. El objetivo de dicha disposición es diversificar la pauta para garantizar un ecosistema mediático inclusivo.

Destinar **USD 979.197,78** a dos medios, cuyas audiencias y niveles de sintonía son reducidos en comparación con radios privadas de gran alcance, constituiría un uso desproporcionado e ineficiente de los recursos públicos.

Respecto del principio de eficiencia en el gasto público, como ya se ha señalado en líneas que anteceden, la normativa legal vigente es clara en establecer que la administración pública debe regirse por los principios de eficiencia, eficacia, economía y responsabilidad.

En este contexto, asignar el presupuesto a medios con una capacidad limitada de transmisión y con niveles de audiencia reducidos no se ajusta a dichos principios, pudiendo generar observaciones de tipo técnico, financiero y de control posterior.

A su vez, el legislador, previendo que en la práctica podría no existir un número suficiente de medios comunitarios para cumplir con el porcentaje establecido en la LOC, incorporó una previsión expresa en el artículo 57 de su Reglamento. En dicha norma se dispone que, cuando no sea posible alcanzar materialmente los porcentajes contemplados en el artículo 95 de la Ley, la entidad contratante deberá justificar tal imposibilidad mediante informes debidamente motivados, tomando en cuenta los criterios de objetivo comunicacional, público objetivo, jurisdicción territorial, audiencia y sintonía.

En la especie, el objetivo comunicacional de la Empresa Pública Municipal de Tránsito y Movilidad de Guayaquil Ep., exige campañas de amplio alcance en Guayaquil, lo cual no pueden garantizar HCJB2 y UCSG FM Radio, además el público objetivo de las campañas institucionales excede a los segmentos que estos medios pueden abarcar.

Es importante indicar que la jurisdicción territorial obliga a priorizar medios con presencia real en Guayaquil, pero sin concentrar la totalidad del presupuesto en dos medios.

3.2.3 Redistribución de presupuesto

En el presente contexto, toda vez que la inversión directa en medios públicos y comunitarios en Guayaquil no resulta factible por las limitaciones ya expuestas, la contratación con los medios privados constituye una forma legítima y válida de cumplir con el principio de redistribución del gasto.

1. En programas de radios y medios alternativos

La inversión en programas radiales de carácter alternativo permite llegar a audiencias diversas que no necesariamente están cubiertas por los grandes conglomerados mediáticos. Estos espacios cumplen una función social y cultural, asegurando la democratización de la comunicación.

2. En radios privadas de cobertura local y nacional

Las radios privadas que cumplen con una amplia cobertura en Guayaquil y zonas de influencia, garantizan el acceso a públicos de distintos estratos sociales, edades y preferencias culturales.

La contratación con este tipo de medios responde a: Diversificación de audiencias, llegando a públicos urbanos, suburbanos y rurales. Equilibrio en la inversión publicitaria, distribuyendo recursos en múltiples canales y evitando la concentración en pocos medios. Y, fortalecimiento del ecosistema comunicacional, dando sostenibilidad a medios medianos y pequeños que aportan pluralidad informativa.

Es importante indicar, además, que de conformidad con el ranking por Nivel Socio Económico de Diciembre de 2025, de la ciudad de Guayaquil, emitido por INTERVIU S.A. las radios que se encuentran en nuestro plan de estrategia comunicacional se encuentran dentro del ranking de radios:

RANKING DE RADIOS PERSONAS 18+ POR NSE GUAYAQUIL / 06:00 A 20:00 / DICIEMBRE 2025 (1/2)

RANKING DE EMISORAS DE GUAYAQUIL LUNES A VIERNES - 06H00 A 20H00				PERS 18+ TOTAL			PERS 18+ ALTA			PERS 18+ MEDIA			PERS 18+ BAJA						
Medio	Genero	Dial	Fr	N	Rating	Share	Oyentes	N	Rating	Share	Oyentes	N	Rating	Share	Oyentes				
TROPICALIDA	TROPICAL VARIADA	91.3	FM	1	1.56	6.31	31,748	29	0.20	0.98	470	4	1.15	4.22	8,086	1	2.13	8.81	23,192
LA TUYA	TROPICAL VARIADA	105	FM	2	1.41	5.70	28,685	41	0.00	0.00	0	11	0.84	3.09	5,933	3	2.09	8.84	22,752
GALAXIA SUPER S	TROPICAL VARIADA	88.5	FM	3	1.41	5.70	28,650	42	0.00	0.00	0	12	0.81	2.98	5,716	2	2.10	8.71	22,934
ANTENA TRES	TROPICAL VARIADA	91.7	FM	4	1.36	5.51	27,714	33	0.11	0.54	256	1	1.23	4.53	8,693	5	1.72	7.13	18,765
CANELA	TROPICAL VARIADA	90.5	FM	5	1.31	5.30	26,828	39	0.00	0.00	0	5	1.10	4.06	7,785	4	1.73	7.16	18,844
LA OTRA	TROPICAL VARIADA	94.9	FM	6	1.25	5.07	25,509	40	0.00	0.00	0	6	1.09	4.00	7,677	6	1.63	6.78	17,832
CARAVANA (G)	DEPORTES	75.0	AM	7	0.87	3.51	17,626	15	0.50	2.98	1,426	10	0.85	3.13	6,011	7	0.93	3.87	10,189
DIBLU	DEPORTES	88.9	FM	8	0.80	3.25	16,328	11	0.75	3.72	1,781	9	0.85	3.14	6,012	9	0.70	3.24	8,535
CENTRO 101.3 (G)	NOTICIAS	101	FM	9	0.77	3.09	15,557	1	1.75	8.72	4,171	8	0.93	3.41	6,530	18	0.45	1.84	4,855
FABU SUPER STER	ROMANTICA	106	FM	10	0.73	2.95	14,832	2	1.31	6.50	3,110	2	1.21	4.45	8,532	26	0.29	1.21	3,190
FOREVER MUSIC	NOTICIAS	92.5	FM	11	0.68	2.76	13,870	3	1.29	6.40	3,061	3	1.10	4.35	8,348	30	0.23	0.94	2,461
DISNEY	POP/JUVENIL	93.7	FM	12	0.66	2.69	13,518	6	1.05	5.23	2,503	7	1.09	3.99	7,653	25	0.31	1.28	3,362
AMERICA	TROPICAL VARIADA	93.3	FM	13	0.61	2.45	12,306	31	0.13	0.66	317	28	0.44	1.62	3,102	8	0.81	3.38	8,888
KCH FM	NOTICIAS	90.9	FM	14	0.60	2.43	12,208	23	0.30	1.50	720	22	0.55	2.03	3,898	11	0.70	2.88	7,590
BLTE	MUSICA EN INGLES	99.7	FM	15	0.56	2.25	11,309	4	1.15	5.73	2,744	14	0.73	2.65	5,144	24	0.31	1.30	3,421
ONDA POSITIVA	TROPICAL VARIADA	94.1	FM	16	0.55	2.23	11,195	37	0.05	0.23	109	26	0.47	1.74	3,343	10	0.71	2.94	7,743
SUCRE FM	NOTICIAS	95.3	FM	17	0.50	2.02	10,156	18	0.48	2.40	1,151	21	0.56	2.04	3,912	13	0.47	1.94	5,093
RUMBA 107.3 FM	TROPICAL VARIADA	107	FM	18	0.43	1.74	8,748	32	0.12	0.61	290	24	0.50	1.83	3,508	16	0.45	1.88	4,950
RADIO PUBLICA	NOTICIAS	105	FM	19	0.43	1.72	8,645	20	0.35	1.75	836	31	0.39	1.42	2,728	14	0.47	1.93	5,002
W/Q	NOTICIAS	700	AM	20	0.41	1.67	8,404	36	0.05	0.23	109	25	0.48	1.75	3,365	17	0.45	1.87	4,930
I-99	NOTICIAS	102	FM	21	0.40	1.60	8,005	16	0.58	2.89	1,383	19	0.58	2.11	4,053	29	0.24	0.99	2,589
PUNTO ROJO	POP/JUVENIL	98.9	FM	22	0.39	1.59	8,037	5	1.08	5.39	2,578	16	0.66	2.41	4,625	42	0.07	0.31	804
ALFA SUPER STER	POP/JUVENIL	99.7	FM	23	0.39	1.58	7,924	9	0.87	4.35	2,081	18	0.63	2.33	4,462	38	0.13	0.53	1,382
METRO STEREO	POP/JUVENIL	104	FM	24	0.38	1.52	7,659	7	1.05	5.22	2,497	17	0.65	2.38	4,557	44	0.06	0.23	605
CRISTAL	NOTICIAS	88.5	FM	25	0.36	1.45	7,314	13	0.63	3.15	1,508	15	0.66	2.42	4,638	39	0.11	0.44	1,168
RTP	NOTICIAS	870	AM	26	0.35	1.42	7,140	46	0.00	0.00	0	42	0.23	0.85	1,623	12	0.51	2.10	5,517
ROMANCE	ROMANTICA	96.5	FM	27	0.35	1.41	7,115	14	0.61	3.05	1,461	27	0.46	1.89	3,218	31	0.22	0.91	2,405
CITY	NOTICIAS	90.1	FM	28	0.35	1.40	7,025	21	0.35	1.74	831	13	0.79	2.92	5,590	45	0.06	0.23	603
FUEGO FM	ROMANTICA	89.3	FM	29	0.34	1.38	6,950	8	0.96	4.78	2,288	30	0.39	1.42	2,732	32	0.18	0.73	1,929
		107	FM	30	0.34	1.38	6,941	10	0.78	3.87	1,851	23	0.51	1.87	3,589	37	0.14	0.57	1,501

* Orden por Rating Personas 18+Total

RANKING DE RADIOS PERSONAS 18+ POR NSE GUAYAQUIL / 06:00 A 20:00 / DICIEMBRE 2025 (2/2)

RANKING DE EMISORAS DE GUAYAQUIL LUNES A VIERNES - 06H00 A 20H00				PERS 18+ TOTAL			PERS 18+ ALTA			PERS 18+ MEDIA			PERS 18+ BAJA						
Medio	Genero	Dial	Fr	N	Rating	Share	Oyentes	N	Rating	Share	Oyentes	N	Rating	Share	Oyentes				
ESTRELLA	TROPICAL VARIADA	92.1	FM	31	0.33	1.35	6,778	45	0.00	0.00	0	40	0.24	0.89	1,699	15	0.47	1.93	5,078
HUANCAYILCA	NOTICIAS	830	AM	32	0.31	1.25	6,308	26	0.24	1.19	571	35	0.32	1.18	2,264	23	0.32	1.32	3,474
RADIO URBANA	POP/JUVENIL	96.1	FM	33	0.31	1.25	6,308	27	0.22	1.11	533	29	0.39	1.44	2,770	28	0.28	1.14	3,005
QUE BUENA	TROPICAL VARIADA	100	FM	34	0.30	1.23	6,201	34	0.08	0.42	200	39	0.26	1.02	1,955	20	0.37	1.54	4,046
MORENA	NOTICIAS	840	AM	35	0.30	1.23	6,174	44	0.00	0.00	0	38	0.28	1.04	2,000	19	0.38	1.59	4,174
ONCE Q	MUSICA EN INGLES	105	FM	36	0.29	1.19	5,988	12	0.67	3.33	1,595	32	0.37	1.36	2,601	34	0.16	0.68	1,791
RADIO R	POP/JUVENIL	98.1	FM	37	0.27	1.09	5,463	35	0.08	0.41	195	43	0.22	0.81	1,549	22	0.34	1.41	3,719
LA REDONDA (G)	DEPORTES	99.3	FM	38	0.25	0.99	4,990	48	0.00	0.00	0	46	0.17	0.63	1,215	21	0.35	1.43	3,775
PLATINUM	NOTICIAS	90.9	FM	39	0.22	0.90	4,543	17	0.51	2.54	1,215	34	0.35	1.29	2,477	41	0.08	0.32	851
FM 88 RADIOACT	POP/JUVENIL	103	FM	40	0.22	0.90	4,537	25	0.26	1.30	622	20	0.56	2.04	3,915	50	0.00	0.00	0
ARMONICA FM (M)	ROMANTICA	98.9	FM	41	0.21	0.83	4,174	19	0.40	2.00	959	33	0.26	1.32	2,523	43	0.06	0.26	691
UNION (G)	NOTICIAS	580	AM	42	0.20	0.80	4,045	49	0.00	0.00	0	48	0.14	0.50	966	27	0.28	1.17	3,078
RSN	TROPICAL VARIADA	101	FM	43	0.18	0.72	3,599	24	0.30	1.50	719	47	0.15	0.54	1,032	33	0.17	0.70	1,848
LA 96.9 FM	TROPICAL VARIADA	96.9	FM	44	0.16	0.64	3,239	43	0.00	0.00	0	26	0.31	1.13	2,175	40	0.10	0.40	1,064
TURBO	TROPICAL VARIADA	107	FM	45	0.13	0.54	2,713	50	0.00	0.00	0	49	0.14	0.50	956	35	0.16	0.67	1,758
HIT 101.7	POP/JUVENIL	102	FM	46	0.10	0.42	2,095	30	0.18	0.90	433	41	0.24	0.87	1,662	48	0.00	0.00	0
LA RADIO DE LA A	NOTICIAS	101	FM	47	0.10	0.41	2,081	38	0.02	0.08	40	37	0.29	1.06	2,041	47	0.00	0.00	0
SONORAMA	NOTICIAS	104	FM	48	0.10	0.39	1,971	28	0.20	0.99	474	44	0.21	0.78	1,497	49	0.00	0.00	0
GALACTICA	NOTICIAS	1230	AM	49	0.08	0.34	1,728	51	0.00	0.00	0	50	0.00	0.00	0	36	0.16	0.66	1,728
MACH DEPORTES	DEPORTES	91.7	FM	50	0.07	0.27	1,372	47	0.00	0.00	0	45	0.19	0.72	1,372	46	0.00	0.00	0
LA BRUJA (GYE)	POP/JUVENIL	98.5	FM	51	0.04	0.15	759	22	0.32	1.59	759	51	0.00	0.00	0	51	0.00	0.00	0

* Orden por Rating Personas 18+Total

3. En medios impresos:

Los diarios impresos, si bien tradicionales, siguen siendo esenciales para un segmento demográfico de personas adultas. Proporcionan un entorno que favorece una mayor comprensión y retención de los mensajes institucionales.

Acorde al Estudio de Hábitos de Consumo de Medios Impresos de noviembre de 2025, certificado por INTERVIU S.A., se confirma que los medios impresos contemplados en nuestro plan estratégico mantienen una lectoría y alcance significativos dentro de Guayaquil.

INTERVIU

Guayaquil, 23 de Diciembre del 2025

Señores
El Universo
Ciudad

De nuestras consideraciones,

Interviu es la empresa de investigación de mercado que realiza el estudio de hábitos del consumo de medios en Guayaquil y Quito entregando información mensual a sus suscriptores.

Por medio del presente, cumplimos a certificar que la información expuesta corresponde a Guayaquil y Quito. Período: noviembre del 2025.

Ciudad: Guayaquil/ Target: Personas 12+/ Período: Noviembre 2025

MEDIO	NOVIEMBRE 2025	
	Audiencia	Alcance
EL UNIVERSO	507,560	21.37
EXTRA	435,397	18.33
SUPER	308,505	12.99
METRO	221,027	9.31
QUE	206,611	8.70
EXPRESO	151,568	6.38
EL OJO	44,888	1.89

Quedamos pendiente a cualquier consulta o requerimiento adicional para ayudarles.

Saludos Cordiales,



Monserrate Alexandra Loor Cedeño
Gerente Interviu S.A.

4. En televisión:

La televisión se constituye en un medio estratégico para la comunicación institucional por su gran alcance masivo y amplia audiencia con diversidad generacional y social. Lo cual es corroborado por la data, de corte a diciembre 2025, que establece el alcance máximo por grupo de medios, certificado por INTERVIU.



Guayaquil, 15 de Enero del 2026

Señores
RTS
Ciudad

De nuestras consideraciones,

Interviu es la empresa de investigación de mercado que realiza el estudio de hábitos del consumo de medios en Guayaquil y Quito entregando información mensual a sus suscriptores.

Por medio del presente, certificamos que el canal RTS a nivel Nacional cuenta con una audiencia de 90.151, un rating de 2.03 ubicándose en posición #4, en Guayaquil cuenta con una audiencia de 74.647, un rating de 3.14 ubicándose en posición # 3 y en Quito cuenta con una audiencia de 15.504, un rating de 0.75 ubicándose en posición #5 del periodo de Diciembre 2025.

Ciudad: Nacional/ Target: Personas 12+ Total/ Periodo: Diciembre 2025

ALCANCE PROMEDIO POR CANAL	RANK	MENS. PER. 12+ TOTAL		
		Reach	Rating	Audiencia
EL NINE	1	4.14	27.54	184.137
TV	2	3.17	21.04	140.265
TELAMAZONARI	3	2.37	18.27	125.911
RTS	4	2.03	13.52	90.151
DISNEY TV	5	0.90	6.03	40.195
TV5	6	0.87	5.27	36.486
UNAM TV	7	0.84	2.22	19.493
PCINCOG TV	8	0.78	1.84	12.876
ADONAVISION	9	0.11	0.74	4.954
RTV TV	10	0.07	0.76	4.934
LA TELE	11	0.07	0.46	3.227
TELE ANDINA	12	0.03	0.20	1.364
TELEVISIONES	13	0.01	0.07	481
FOXA	14	0.01	0.05	303
TV LEGISLATIVA	15	0.00	0.03	160
TELEFONIA	16	0.00	0.01	76
UNION TV	17	0.00	0.01	60
CANAL UNO	18	0.00	0.00	24

Ciudad: Guayaquil/ Target: Personas 12+ Total/ Periodo: Diciembre 2025

ALCANCE PROMEDIO POR CANAL	RANK	MENS. PER. 12+ TOTAL		
		Reach	Rating	Audiencia
EL NINE	1	4.08	26.47	181.417
TV	2	3.14	19.15	141.141
TELAMAZONARI	3	2.84	17.54	108.104
DISNEY TV	4	1.42	8.02	48.184
ADONAVISION	5	0.21	1.26	6.914
UNAM TV	6	0.18	0.66	3.844
LA TELE	7	0.11	0.51	2.984
ADONAVISION	8	0.07	0.41	2.164
PCINCOG TV	11	0.03	0.14	774
UNION TV	12	0.00	0.02	84

Ciudad: Quito/ Target: Personas 12+ Total/ Periodo: Diciembre 2025

ALCANCE PROMEDIO POR CANAL	RANK	MENS. PER. 12+ TOTAL		
		Reach	Rating	Audiencia
EL NINE	1	2.26	25.74	107.144
TELAMAZONARI	2	2.11	13.99	64.624
TV	3	1.84	11.84	54.144
UNAM TV	4	0.72	3.52	15.104
DISNEY TV	5	0.42	2.21	9.104
ADONAVISION	6	0.14	1.22	5.094
PCINCOG TV	10	0.14	0.65	2.804
TELE ANDINA	11	0.09	0.47	1.974
ADONAVISION	12	0.04	0.22	1.094
LA TELE	13	0.03	0.17	704
TELAMAZONARI	14	0.02	0.13	564
UNION TV	15	0.01	0.11	464
TELEVISIONES	16	0.01	0.04	174
CANAL UNO	17	0.00	0.01	74

Saludos Cordiales,



Monserrate Alexandra Loor Cedeño
Gerente Interviu S.A.

5. En medios digitales:

La inversión en plataformas digitales garantiza una llegada a audiencias jóvenes y activas en entornos virtuales, cumpliendo con el mandato de inclusión tecnológica y ampliación del acceso a la información. Esto constituye una forma moderna de redistribución, ya que permite diversificar los canales de difusión más allá de la radio y la televisión tradicional.

6. En vía pública:

La publicidad exterior (vallas, pantallas LED, taxis y buses) es un medio alternativo reconocido dentro de la estrategia de redistribución del gasto. Permite alcanzar públicos móviles y garantiza una alta exposición de los mensajes institucionales, contribuyendo a la difusión equitativa en el espacio público.

En consecuencia, la contratación con los medios listados no solo cumple con el principio de redistribución del gasto publicitario oficial, al destinar recursos a radios privadas locales, medios alternativos, digitales y vía pública. Sino que, además, compensa la imposibilidad de contratar con medios comunitarios en Guayaquil, dada la limitada oferta y las restricciones técnicas y administrativas previamente explicadas y garantiza pluralidad y acceso democrático, al diversificar los mensajes en diferentes formatos y plataformas.

De esta manera, la estrategia de contratación se encuentra alineada con la Ley Orgánica de Comunicación y su Reglamento, cumpliendo con el mandato de diversificar la pauta oficial y evitando concentración en un solo tipo de medio.

3.2.4 DE LOS MEDIOS PRIVADOS:

Si bien es cierto parte del presupuesto originalmente previsto para medios públicos y comunitarios ha debido redistribuirse hacia medios privados a las limitaciones ya expuestas; también, existe aún un 33% del presupuesto que debe ser asignado a medios privados, a efecto de ejecutar de forma correcta, eficiente y completa la estrategia comunicacional de esta Municipalidad.

La inversión correspondiente a este segmento asciende a USD \$ 2.643.412,28 monto que permite dar cumplimiento a la redistribución del gasto y al mismo tiempo asegurar un alcance efectivo hacia distintos públicos.

Es importante indicar que los medios privados cumplen un rol estratégico en la difusión de la comunicación institucional, puesto que poseen una amplia cobertura a nivel local, regional y nacional, garantizando la llegada a diferentes segmentos poblacionales, aportan pluralidad de voces y formatos, al abarcar radios AM y FM, medios digitales y plataformas con audiencias consolidadas; y, constituyen un canal complementario necesario frente a la limitada oferta de medios comunitarios en Guayaquil, asegurando la efectividad de la pauta institucional. Además de que permiten diversificar la estrategia comunicacional, evitando la concentración en un único tipo de medio o en pocas plataformas.

Proyectos, distribución presupuestaria, indicadores y metas:

Con base en las acciones a desarrollar, se considera pertinente llevar a cabo los siguientes proyectos:

- SERVICIO DE AGENCIA DE PUBLICIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS E INFORMATIVAS DE LA ATM, contemplando el plazo de 540 días por un presupuesto aproximado de USD 2'275,000.00.

- SERVICIO DE PAUTAJE EN PLATAFORMAS DIGITALES, REDES SOCIALES, PERFILES DIGITALES, VÍA PÚBLICA Y MEDIOS ALTERNATIVOS PARA LA EMPRESA PÚBLICA MUNICIPAL DE TRÁNSITO Y MOVILIDAD DE GUAYAQUIL, EP, por un presupuesto aproximado de USD 1,424,489.00 según el siguiente desglose:

PRESUPUESTO MENSUAL ESTIMADO PARA PAUTA DIGITAL Y MEDIOS ALTERNATIVOS		
MEDIO	VALOR	PERIODO
LA CONTRA	\$ 2.000,00	18 MESES
EL JUEGO DE LAS NOTICIAS	\$ 6.000,00	18 MESES
EMERGENCIAS EC	\$ 1.250,00	18 MESES
MARCA 90	\$ 3.000,00	18 MESES
DIRECTV DIGITAL	\$ 5.000,00	18 MESES
AORMAX	\$ 9.000,00	18 MESES
BUS TV	\$ 10.000,00	18 MESES
FEDERACIÓN POSTERA	\$ 2.000,00	18 MESES
RAFAEL CUESTA	\$ 2.000,00	18 MESES
ASÍ AMANECÍÓ	\$ 6.700,00	18 MESES
VITOTVO	\$ 1.765,00	18 MESES
POCHO HARB	\$ 1.765,00	18 MESES
CARLOS VERA	\$ 2.000,00	18 MESES
WILLIAM LUDEÑA	\$ 1.500,00	18 MESES
ALFARO MORENO	\$ 3.600,00	18 MESES
PANTALLAS DIGITALES	\$ 23.000,00	18 MESES
ECUADOR COMUNICACIÓN ECURADIO S.A.	\$ 2.000,00	18 MESES
TOTAL	\$ 82.580,00	18 MESES

Nota: Cabe recalcar que el proceso antes descrito contempla los servicios de Problemática Display, Mensajería Instantánea y Pautas en Redes Sociales, valores que serán devengados del presupuesto del proceso, sin que esto implique valores adicionales para la entidad.

- SERVICIO DE TRANSMISIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO Y PUBLICITARIO POR RADIOS, según e siguiente desglose:

PRESUPUESTO MENSUAL ESTIMADO PARA PAUTA EN RADIOS		
K&P RTV PRODUCTIONS C.A.	18 MESES	\$ 5.500,00
RADIO POPULAR DEL ECUADOR RAPOEC S.A.	18 MESES	\$ 5.500,00
RJC BRUJA BACKLIKE S.A.	18 MESES	\$ 2.500,00
RADIO MORENA TELESCUCHA S.A	18 MESES	\$ 5.500,00
RADIO Y TELEVISION 44 SA	18 MESES	\$ 3.000,00
RADIO CARAVANA SA	18 MESES	\$ 4.000,00

PRESUPUESTO MENSUAL ESTIMADO PARA PAUTA EN RADIOS		
RADIO CARAVANA SA (DIBLU 88.9 FM)	18 MESES	\$ 3.350,00
RADIO CANAL CIENTO SIETE S.A. RADIOSA	18 MESES	\$ 3.006,70
SERVICIOS, PROYECTOS E INSTALACIONES ELECTRONICAS (SPIN) S.A.	18 MESES	\$ 5.500,00
RADIO ELITE RAEITOF S.A.	18 MESES	\$ 1.499,52
GABRIEL PIN	18 MESES	\$ 2.500,00
GOLFCORP S.A.	18 MESES	\$ 4.004,00
RADIO AMERICA STEREO SA RADAMETSA	18 MESES	\$ 2.010,00
RADIO CRISTAL RADCRISTAL S.A.	18 MESES	\$ 2.004,00
ALMORAN S.A.	18 MESES	\$ 2.490,00
SOCIEDAD COMERCIAL RADIO NOTICIA COMPANIA ANONIMA RADINOT	18 MESES	\$ 999,24
RADIOS PROGRAMAS DEL ECUADOR S.A. R.P.E.	18 MESES	\$ 835,00
WLRADIO	18 MESES	\$ 2.000,00
ADIVISION S.A.	18 MESES	\$ 2.000,00
DISTRIBUCION Y REPRESENTACIONES YOMAR S. A	18 MESES	\$ 2.000,00
ESTRATEGIA CREATIVA S.A. ESTRACRESA	18 MESES	\$ 1.300,00
REMAFI S.A. (LOS TIEMPOS DE POCHO)	18 MESES	\$ 2.000,00
TOTAL		\$ 63.498,46

- SERVICIO DE TRANSMISIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO Y PUBLICITARIO POR TELEVISIÓN, según e siguiente desglose:

PRESUPUESTO ESTIMADO PARA PAUTA EN TELEVISIÓN		
TELECUATRO GUAYAQUIL C.A., RTS	90 días	\$ 10.000,00
CENTRO DE RADIO Y TELEVISION CRATEL C.A.	90 días	\$ 15.000,00
CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TELEVISIÓN C. LTDA ECUAVISIA	90 días	\$ 25.000,00
CADENA ECUATORIANA DE TELEVISION C.A. CANAL 10 CETV	90 días	\$ 25.000,00
UCSG TELEVISIÓN	90 días	\$ 10.000,00
TOTAL		\$ 85.000,00

A continuación, el resumen de la distribución del pautaaje por medios:

DISTRIBUCIÓN DE PAUTAJE POR MEDIOS				
Descripción	Medios privados	Medios Públicos	Medios comunitarios	Total
Cantidad	41	1	2	44
Presupuesto	\$ 2.643.412,28	\$ 25.000,00	\$ 46.000,00	\$2.714.412,28

El plan de medios antes propuesto ayudará a la consecución de los objetivos institucionales, así como el objetivo estratégico de la Dirección de comunicación: INCREMENTAR el impacto y percepción de las tareas contempladas dentro de los ejes estratégicos para convertirlas de gran relevancia en el contexto de la coyuntura política, social y económica.

En tal virtud, debido a que no existe la suficiente oferta de medios de comunicación públicos y comunitarios, y considerando que el público objetivo de estos medios generalmente difiere del target de la publicidad que genera ATM, se considera pertinente reforzar la distribución de la pauta en medios privados.

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
		
Lcda. Ximena Romero G. Especialista de Comunicación 3	Tnlgo. Marcelo Ruiz Coordinador de Comunicación	Mgtr. Pablo Ramirez A. Director de Comunicación

