

## INVERSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

<b>DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL</b>				
<b>LISTADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS QUE PAUTARON PUBLICIDAD Y PROPAGANDA: Art. 70 Reglamento a la Ley Orgánica de Comunicación</b>				
<b>Medio De Comunicación</b>	<b>No. de Medios</b>	<b>Monto Contratado Incluido IVA</b>	<b>Monto Devengado Periodo 2022 Incluido IVA</b>	<b>Capacidad De Espacio Pautado Y/O Minutos Pautados</b>
<b>Radio:</b>	9	22.456,00	17584,00	1h19'10''
<b>Prensa:</b>	1	1.771,90	1771.90	5 1/5 pág. 2 pág.
<b>Televisión:</b>	4	14.952,00	7.560,00	35'2''
<b>Medios Digitales</b>	8	17.270,40	12230,40	1h50'10''
<b>TOTAL</b>	22	56.450,30	39.146,30	

<b>Porcentaje de inversión</b>			
<b>Indique En Porcentaje Del Ppto. Del Pautaje Que Se Destinó A Medios Locales Y Regionales</b>	<b>LOCALES</b>	<b>REGIONALES</b>	
	El 64% del presupuesto invertido se destina a publicidad local	El 36% del presupuesto invertido se ha destinado a medios regionales	
<b>Ponga El Porcentaje Del Ppto. Del Pautaje Que Se Destinó A Medios Nacionales</b>	Durante el 2022 no ha existido inversión en medios nacionales		

**Diana Obando Morales**  
**Directora de Comunicación GAD-PC**