
RENDICIÓN DE CUENTAS

2023

EL TELÉGRAFO



EL NUEVO
ECUADOR

 **COMUNICA EP**
EMPRESA PÚBLICA DE COMUNICACIÓN DEL ECUADOR

Tabla de contenidos

| | | |
|-------|---|----|
| 1. | Antecedentes..... | 1 |
| 2. | Introducción | 3 |
| 3. | La empresa | 4 |
| 3.1 | Nacimiento y Creación | 4 |
| 3.2 | Visión y Misión..... | 4 |
| 3.2.1 | Visión | 4 |
| 3.2.2 | Misión | 5 |
| 3.3 | Estructura Operativa Interna | 5 |
| 3.3.1 | Estructura Operativa Vigente | 5 |
| 3.4 | Objeto social y giro de la empresa | 5 |
| 3.5 | Objetivos estratégicos..... | 6 |
| 3.6 | Talento Humano | 7 |
| 3.7 | Medición Clima Laboral (histórico comparativo)..... | 7 |
| 4. | Gestión Comercial..... | 9 |
| 4.1 | Generación de ingresos por ventas de servicios..... | 9 |
| 5. | Presupuesto 2023 | 11 |
| 6. | Procesos de contratación pública | 12 |
| 7. | Gestión de El Telégrafo..... | 13 |
| 8. | CONCLUSIONES EL TELÉGRAFO | 18 |

INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS 2023 EL TELÉGRAFO

1. Antecedentes

Que, el artículo 95 de la Constitución del Ecuador señala que *“Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual y colectiva, participarán de manera protagónica en la toma de decisiones, planificación y gestión de los asuntos públicos, y en el control popular de las instituciones del Estado y la sociedad, y de sus representantes, en un proceso permanente de construcción del poder ciudadano. La partición se orientará por los principios de igualdad, autonomía, deliberación pública, respeto a la diferencia, control popular, solidaridad e interculturalidad”*.

Ibídem, en la Sección tercera Participación en los diferentes niveles de gobierno en su artículo 100.- (...) en su literal *“4. Fortalecer la democracia con mecanismos permanentes de transparencia, rendición de cuentas y control social”*. (...)

Que, el artículo 208 de la Carta Magna establece *Serán deberes y atribuciones del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, además de los previstos en la ley: en su literal 2. Establecer mecanismos de rendición de cuentas de las instituciones y entidades del sector público, y coadyuvar procesos de veeduría ciudadana y control social.”* (...)

Que, el artículo 88 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social -LOPCS. prescribe *“Derecho ciudadano a la rendición de cuentas. - Las ciudadanas y ciudadanos, en forma individual o colectiva, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, pueblos afroecuatoriano y montubio, y demás formas lícitas de organización, podrán solicitar una vez al año la rendición de cuentas a las instituciones públicas o privadas que presten servicios públicos, manejen recursos públicos o desarrollen actividades de interés público, así como a los medios de comunicación social, siempre que tal rendición de cuentas no este contemplada mediante otro procedimiento en la Constitución y las leyes”*.

Que, en la misma norma mencionada, se señala que en su artículo 89.- *“Definición. - Se concibe la rendición de cuentas como un proceso sistemático, deliberado, interactivo y universal, que involucra a autoridades, funcionarias y funcionarios o sus representantes legales, según sea el caso, que estén obligadas u obligados a informar y someterse a evaluación de la ciudadanía por las acciones u omisiones en el ejercicio de su gestión y en la administración de recursos públicos”*.

Ibídem, en su artículo 90.- *“Sujetos obligados. - Las autoridades del Estado, electas o de libre remoción, representantes legales de las empresas públicas o personas jurídicas del sector*

privado que manejen fondos públicos o desarrollen actividades de interés público, los medios de comunicación social, a través de sus representantes legales, están obligados a rendir cuentas, sin perjuicio de las responsabilidades que tienen las servidoras y los servidores públicos sobre sus actos y omisiones. En caso de incumplimiento de dicha obligación, se procederá de conformidad con la Ley Orgánica del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social”.

Que, en la -, artículo 91 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social -LOPCS manifiesta- *“Objetivos. - La rendición de cuentas tiene los siguientes objetivos: 1. Garantizar a los mandantes el acceso a la información de manera periódica y permanente, con respecto a la gestión pública; 2. Facilitar el ejercicio del derecho a ejecutar el control social de las acciones u omisiones de las gobernantes y los gobernantes, funcionarias y funcionarios, o de quienes manejen fondos públicos; 3. Vigilar el cumplimiento de las políticas públicas; y, 4. Prevenir y evitar la corrupción y el mal gobierno.*

Que, en la misma norma, en su artículo 92.- establece *“ Del nivel político.- Las autoridades elegidas por votación popular están obligadas a rendir cuentas, según el caso, principalmente sobre: 1. Propuesta o plan de trabajo planteados formalmente antes de la campaña electoral; 2. Planes estratégicos, programas, proyectos y planes operativos anuales; 3. Presupuesto general y presupuesto participativo; 4. Propuestas, acciones de legislación, fiscalización y políticas públicas; o, 5. Propuestas y acciones sobre las delegaciones realizadas a nivel local, nacional e internacional.*

Ibídem en su artículo 93.- señala *“Del nivel programático y operativo.- Las funcionarias y los funcionarios, directivos y los responsables de la conducción de unidades administrativas, administraciones territoriales, empresas, fundaciones y otras organizaciones que manejen fondos públicos, están obligados, principalmente, a rendir cuentas sobre: 1. Planes operativos anuales; 2. Presupuesto aprobado y ejecutado; 3. Contratación de obras y servicios; 4. Adquisición y enajenación de bienes; y, 5. Compromisos asumidos con la comunidad”.*

Ibídem en su artículo 94 dicta *“Mecanismos. - Corresponde al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social de conformidad con la Ley: establecer y coordinar los mecanismos, instrumentos y procedimientos para la rendición de cuentas de las instituciones y entidades del sector público, y de las personas jurídicas del sector privado que presten servicios públicos, desarrollen actividades de interés público o manejen recursos públicos y de los medios de comunicación social. ”*

Que, en cumplimiento al artículo 95 de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana y Control Social -LOPCS *“Periodicidad. - La rendición de cuentas se realizará una vez al año y al final de*

la gestión, teniendo en consideración las solicitudes que realice la ciudadanía, de manera individual o colectiva, de acuerdo con la Constitución y la ley”.

2. Introducción

La Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP, fue creada mediante Decreto Ejecutivo No. 1160 el 26 de septiembre de 2020 e inicia sus operaciones el 8 de abril de 2021 tras la aprobación del Presupuesto General 2021. A partir de esto la empresa inicia la construcción de varios instrumentos de gestión y planificación empresarial; los cuales son la base del accionar de los medios públicos de comunicación y determinan los objetivos que se pretenden alcanzar a corto, mediano y largo plazo.

A través de la aprobación del Plan Estratégico 2021 – 2025, en sesión ordinaria celebrada el 17 de mayo de 2022, el Directorio de la Empresa Pública de Comunicación conoce y aprueba el mismo, en el cual se estableció la misión, visión y valores institucionales de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP, resaltándola como una empresa que informa, educa, entretiene y contribuye al desarrollo de los ecuatorianos, a través de contenidos y servicios audiovisuales atractivos y veraces que fomentan la innovación y la excelencia

Otro de los instrumentos que se elaboran para el correcto funcionamiento de la empresa es el Plan General de Negocios, Expansión e Inversión 2023 presentado por la Gerencia General y aprobado en sesión extraordinaria de 17 de julio de 2023. En el manejo financiero, se ha velado por el pago oportuno de las mensualidades a sus trabajadores, así como el cumplimiento de las obligaciones con proveedores y talentos de pantalla.

En el marco del referido marco normativo en los antecedentes, el presente informe pretende enfatizar en las diferentes acciones que se realizaron para el buen funcionamiento de la empresa tomando en consideración los cambios en la dirección y gestión, los cuales han tenido un impacto significativo en su entorno, tanto a nivel de gobierno como a nivel macroeconómico y de la industria de medios de comunicación.

Producto de estos cambios, la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP generó varias estrategias y se adaptó en función a su a sus operaciones. en consecuencia, durante la elaboración de este Informe de Rendición de Cuentas 2023, se ha involucrado la participación de las áreas estratégicas de la empresa para recopilar información relevante. El objetivo principal es informar sobre los avances y resultados en relación con los objetivos y metas establecidas en la planificación estratégica; y, el plan de negocios y financiero.

3. La empresa

3.1 Nacimiento y Creación

El 26 de septiembre de 2020 el señor Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo No. 1160 declara escindir la Empresa Pública Medios Públicos de Comunicación del Ecuador - Medios Públicos EP dentro de su proceso de liquidación; y crear la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP para brindar el servicio público de comunicación a través de los medios públicos de radiodifusión, televisión y el diario El Telégrafo como un medio en internet.

Ilustración 1. Cronología



Elaborado por: Coordinación General Jurídica

3.2 Visión y Misión

3.2.1 Visión

Al 2025, seremos el holding de medios de comunicación nacional referente en contenidos atractivos que aporten valor a la ciudadanía, con un giro de negocio que requiera el menor financiamiento estatal.

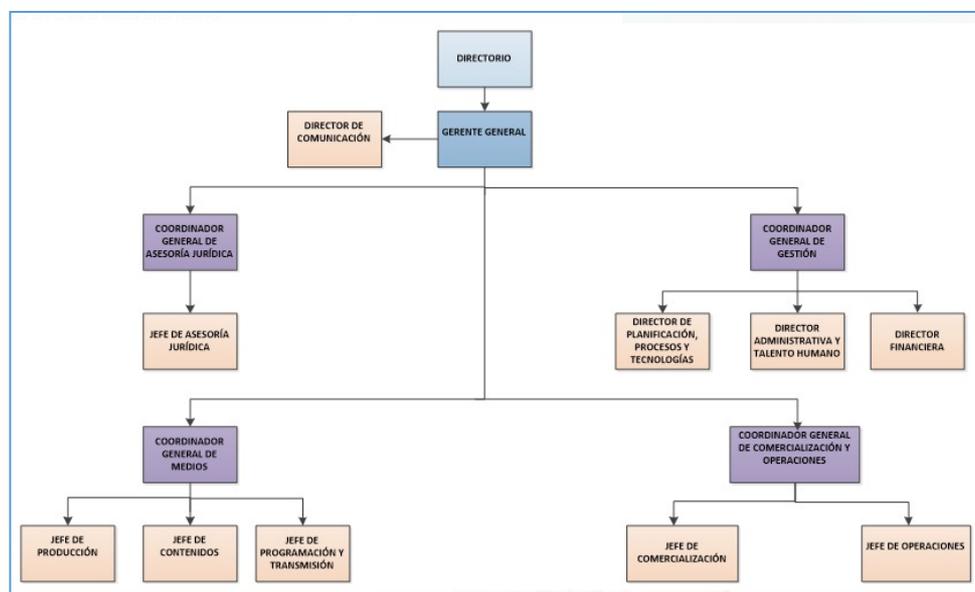
3.2.2 Misión

Somos una empresa pública de comunicación que informa, educa, entretiene y contribuye al desarrollo de los ecuatorianos, a través de contenidos y servicios audiovisuales atractivos y veraces que fomentan la innovación y la excelencia con un talento humano comprometido y fundamentado en la democracia, imparcialidad, pluralidad y la diversidad de opiniones y perspectivas.

3.3 Estructura Operativa Interna

3.3.1 Estructura Operativa Vigente

Ilustración 2. Estructura Operativa Vigente



Fuente: Dirección Administrativa y de Talento Humano

3.4 Objeto social y giro de la empresa

Conforme al objeto de creación, la empresa desarrolló dos líneas de negocio que permitirán cumplir con el rol de los medios públicos de comunicación y a la vez generar ingresos que apalanque la auto sustentabilidad a mediano y largo plazo.

Ilustración 3. Líneas de negocio



Elaborado por: Dirección de Planificación, Procesos y Tecnología

3.5 Objetivos estratégicos

A continuación, se presenta los objetivos empresariales que permitieron cumplir con las metas planteadas a corto, mediano y largo plazo.

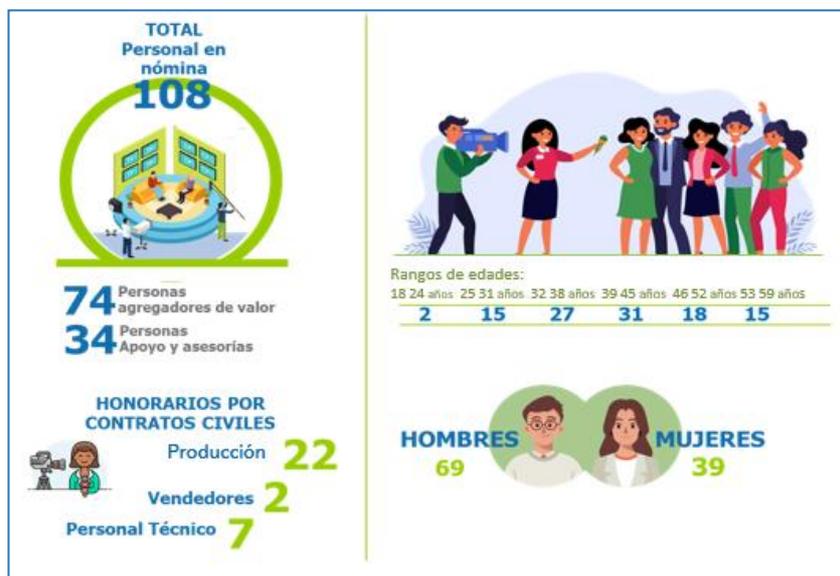
Ilustración 4. Objetivos empresariales

| Perspectivas | Objetivos estratégicos | Objetivo empresarial |
|--------------|---|--|
| Financiera | Incrementar los niveles de sostenibilidad financiera diversificando las fuentes de ingreso | Velar por el uso eficiente de los recursos y controlar su correcta ejecución presupuestaria, permitiendo a la empresa la sostenibilidad y auto sustentabilidad |
| Comercial | Incrementar los niveles de audiencia de nuestros medios de comunicación y el número de clientes comerciales | Incrementar la participación de los productos y servicios empresariales en el mercado comunicacional |
| | Incrementar la oferta de productos y servicios con el aprovechamiento de los recursos tecnológicos y de infraestructura | Diseñar productos innovadores con alta tecnología que permitan ofertar paquetes comerciales personalizados en nuevas plataformas |
| Operacional | Incrementar la eficiencia operacional a través de la optimización organizacional | Optimizar los recursos técnicos y operativos de la empresa para brindar productos y servicios de calidad |
| Aprendizaje | Incrementar el desarrollo y bienestar del capital humano, generando una cultura organizacional de compromiso, excelencia e innovación | Optimizar las competencias del personal mediante el fortalecimiento de conocimiento, actitudes y aptitudes. |

Elaborado por: Dirección de Planificación, Procesos y Tecnología

3.6 Talento Humano

Ilustración 5. Personal nómina

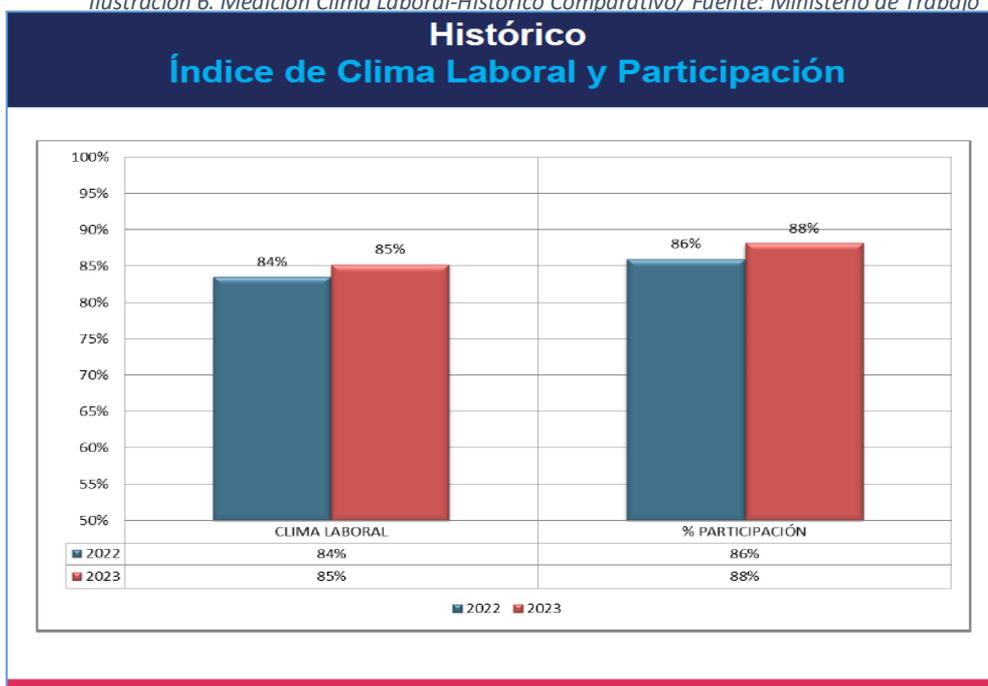


Elaborado por: Dirección Administrativa y de Talento Humano

A diciembre de 2023, la plantilla de Talento Humano cerró con 108 servidores de los cuales 39 son mujeres y 69 hombres; bajo relación de dependencia con un valor de masa salarial de USD. 171.416,32; así mismo por honorarios al personal contratado por servicios profesionales se canceló por un valor de 31.556,17.

3.7 Medición Clima Laboral (histórico comparativo)

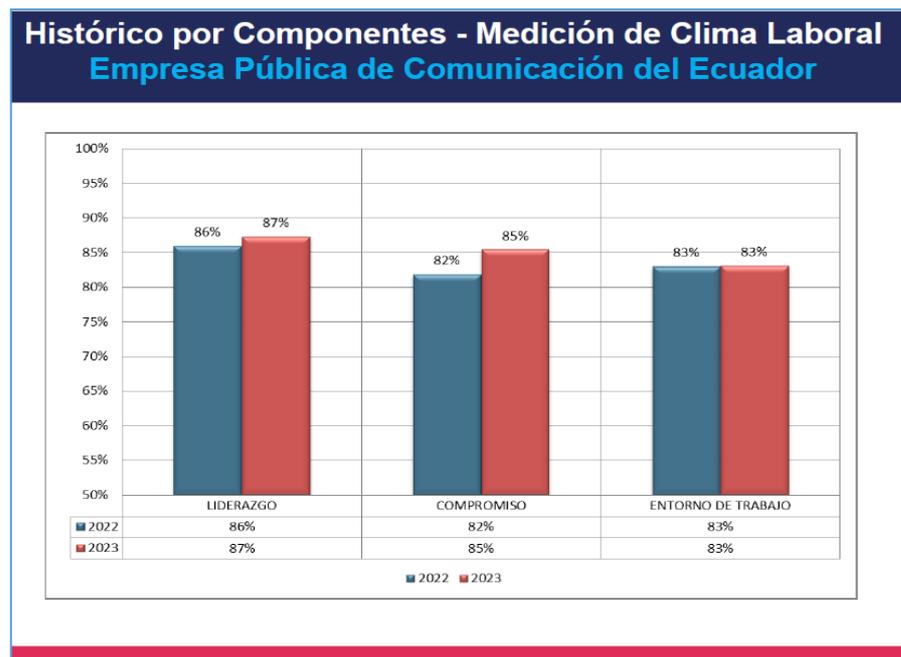
Ilustración 6. Medición Clima Laboral-Histórico Comparativo/ Fuente: Ministerio de Trabajo



Para el año 2023, el índice de Clima laboral y Participación en la empresa aumento el 1% y 2% respectivamente a diferencia del 2022. La valoración general realizada por los servidores en lo que se refiere a Clima Laboral en la institución es de **85%**, equivalente a **Muy Bueno**; existe una percepción generalizada de que el ambiente de trabajo en la institución es el adecuado.

A continuación, en la siguiente gráfica se describe el histórico por componentes de Medición de Clima Laboral de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador:

Ilustración 7. Histórico por Componentes



Fuente: Ministerio de Trabajo

La valoración realizada por los(as) servidores al componente Liderazgo es de 87%, que corresponde a Muy Bueno. El personal considera que el nivel de Gerentes, Directores Ejecutivos, Directores de área, Coordinadores, etc. (dependiendo la estructura de la institución), tiene condiciones para la conducción del personal hacia los objetivos institucionales.

La valoración al componente Compromiso es de 85%, es decir, Muy Bueno. El personal se muestra comprometido con la institución y lo que ella representa.

La valoración al componente Entorno de Trabajo es de 83%, equivalente a Muy Bueno. El personal tiene la percepción de que las facilidades brindadas por la institución para el desarrollo de su trabajo como herramientas, instalaciones, entre otros para cumplir con sus responsabilidades son las adecuadas.

4. Gestión Comercial

4.1 Generación de ingresos por ventas de servicios

El Directorio de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP. en febrero de 2023, aprobó la meta en ventas por un valor de \$1'349.033,09.

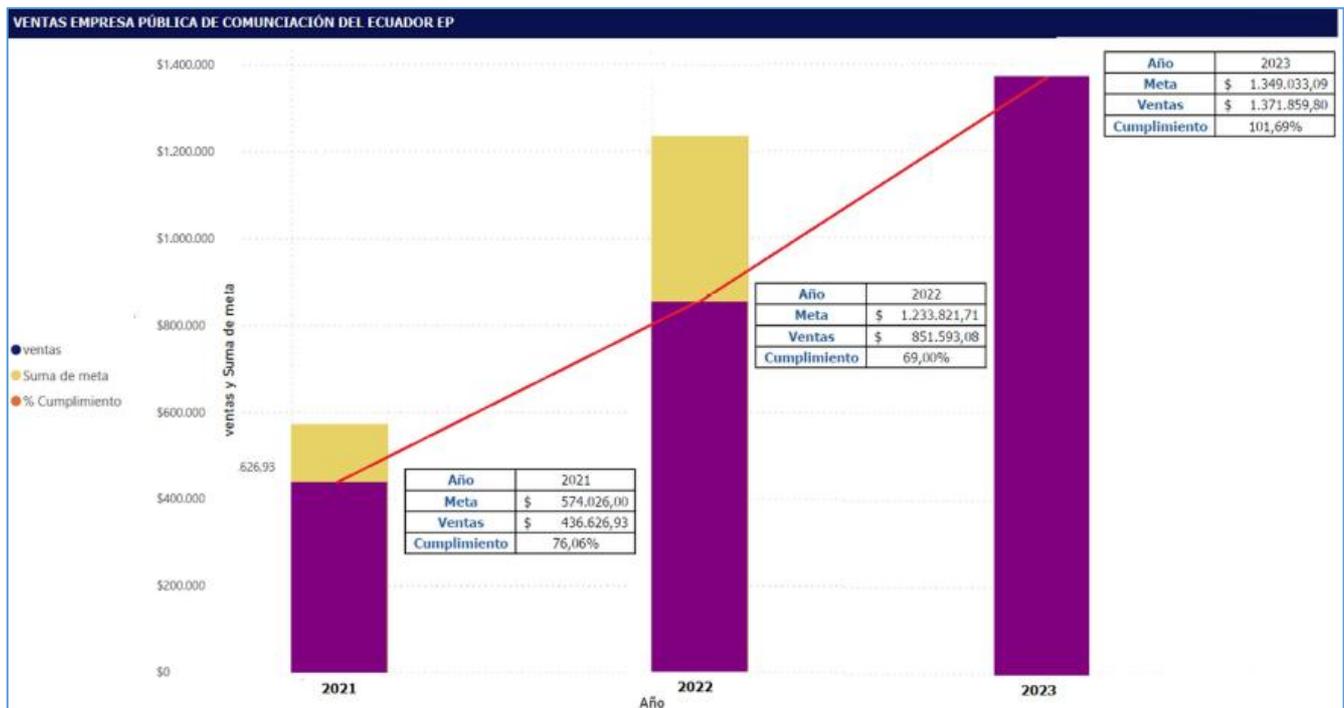
La Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP. durante el año 2022 tuvo un porcentaje de cumplimiento del 69,02% con una meta de venta de \$ 1'233.821,71. Por otro lado, para el 2023 se generaron ventas por un total de \$ 1'371.859,80; lo que significa que este es el primer año desde la creación de la empresa, que la administración actual logra cumplir con el objetivo comercial con el 101,69%.

Tabla 1. Comparativo de Ventas 2022 vs 2023

| COMPARATIVO DE VENTAS 2022 VS 2023 | | | | | | |
|---|-----------------|---------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|
| LÍNEA DE NEGOCIO | META 2022 | VENTAS 2022 | % cumplimiento | META 2023 | VENTAS 2023 | % cumplimiento |
| Broadcasting y Servicios Comunicacionales | \$ 1'233.821,71 | \$ 851.593,08 | 69% | \$1'349.033,09 | \$ 1'371.859,80 | 101,69% |

Fuente: Jefatura de Comercialización/Elaborado por: Dirección de Planificación, Procesos y Tecnología

Ilustración 8. Ventas Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP.



Fuente: Jefatura de Comercialización/Elaborado por: Dirección de Planificación, Procesos y Tecnología

De las ventas totales de \$ 1'371.859,80 del 2023, se dividen en dos valores conforme al giro del negocio: Uno el alquiler de infraestructura, que corresponde a la línea de negocios de servicios de broadcasting, con un valor anual de \$327.685,49, y dos producciones televisivas, producción radiofónica, venta de publicidad, espacio tiempo aire representan la cantidad de \$1'044.174,31; que pertenecen a productos y servicios comunicacionales, conforme al siguiente detalle:

Ilustración 9. Ventas por línea de negocio



Elaborado por: Dirección de Planificación, Procesos y Tecnología

Gestión de Ventas

Para cumplir con la meta de autogestión establecida por USD 1'349.033,09, se incrementaron las gestiones, visitas y envío de propuestas comerciales, dirigidas a clientes directos como empresas privadas, empresas públicas, ministerios, otros organismos gubernamentales y agencias de publicidad. Adicionalmente, se implementaron las siguientes estrategias:

- Se reestableció la relación comercial con agencias de medios y de publicidad a través de la conciliación de cuentas pendientes de años anteriores y la firma de acuerdos comerciales.
- En el mes de noviembre de 2023 se reformó la Política Comercial, con el objeto de mejorar las condiciones comerciales.
- A partir del segundo trimestre del 2023, contamos por primera vez con el servicio continuo de IBOPE, se generó las métricas de los niveles de audiencia de las ciudades de Quito y Guayaquil.
- El 03 de agosto, la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP y el Consejo Nacional Electoral suscribieron el contrato del proceso de: "Contratación del Servicio, Desarrollo, Implementación y Difusión de los Debates y Espacios Informativos para las "Elecciones Presidenciales y Legislativas Anticipadas 2023" (Primera y Segunda Vuelta)".

- El 17 de octubre de 2023, por primera vez se suscribe el convenio de cooperación institucional entre la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP y Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Canal 10 (C.E.T.V.), para la transmisión de la programación de ECUADOR TV en la señal internacional de TC INTERNACIONAL. En dicho convenio, de las ventas mensuales de pauta publicitaria que provenga de clientes de Estados Unidos, pagada durante la franja horaria de transmisión de los programas y producciones elegidos por TC TELEVISIÓN de la parrilla de programación de ECUADOR TV; TC TELEVISIÓN deberá cancelar a favor de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP el cuarenta por ciento (40%) de las ventas totales; lo que permitirá en el 2024 monetizar ingresos adicionales para la empresa.
- Una de las estrategias implementadas en 2023, fue llevar Ecuador TV, Pública FM y El Telégrafo a las redes sociales y plataformas digitales de contenido, con el fin de incrementar la presencia de nuestros programas para atraer nuevas audiencias y diversificar nuestros productos comunicacionales con valor comercial.
- El en 2022 el porcentaje de programación pautable fue del 33%, mientras que para el 2023 se cumplió con la meta proyectada con un porcentaje de programación pautable con el 60% de TV nacional. Es importante mencionar que dicha estrategia se establece a partir del mes de marzo.

5. Presupuesto 2023

Con Resolución No. SD-001-2023 de 02 de febrero de 2023, el Directorio de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP conoció y aprobó el Presupuesto General 2023 por un monto de USD 5.669.035,30. Al 30 de diciembre de 2023, de lo cual se presenta la siguiente ejecución presupuestaria de ingresos y gastos.

Ilustración 10. Eficiencia Presupuestaria (Ejecución de Ingresos-Gastos)/ Elaborado por: Dirección Financiera

| EJECUCIÓN DE INGRESOS | | | |
|-----------------------------|------------------------|------------------------|----------------|
| FUENTE | CODIFICADO | EJECUTADO | % DE EJECUCIÓN |
| 001 RECURSOS FISCALES | \$ 4.143.819,43 | \$ 2.490.955,07 | 60,11% |
| 002 RECURSOS DE AUTOGESTIÓN | \$ 1.525.215,87 | \$ 1.535.866,19 | 100,70% |
| TOTAL | \$ 5.669.035,30 | \$ 4.026.821,26 | 71,03% |

| EJECUCIÓN DE GASTOS | | | |
|-----------------------------|------------------------|------------------------|----------------|
| FUENTE | CODIFICADO | EJECUTADO | % DE EJECUCIÓN |
| 001 RECURSOS FISCALES | \$ 4.143.819,43 | \$ 3.117.724,29 | 75,24% |
| 002 RECURSOS DE AUTOGESTIÓN | \$ 1.525.215,87 | \$ 847.991,38 | 55,60% |
| TOTAL | \$ 5.669.035,30 | \$ 3.965.715,67 | 69,95% |

6. Procesos de contratación pública

A partir del 06 de marzo de 2023, se habilita el Registro Único de Proveedores - RUP de la Empresa Pública de Comunicación EP, lo que permite realizar los procesos de contratación pública para el normal funcionamiento de la empresa.

A continuación, se detalle el tipo de procesos de contratación pública de la Empresa Pública de Comunicación del Ecuador EP, durante el año 2023:

Tabla 2. Procesos de contratación pública

| TIPO DE CONTRATACIÓN (CATÁLOGO ELECTRÓNICO, COTIZACIÓN, ÍNFIMA CUANTÍA, MENOR CUANTÍA B Y S, PUBLICACIÓN, RÉGIMEN ESPECIAL (Todos los procesos), SUBASTA INVERSA ELECTRÓNICA) | ESTADO ACTUAL | | | |
|---|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|
| | Número Total Adjudicados | Valor Total Adjudicados | Número Total Finalizados | Valor Total Finalizados |
| ARRENDAMIENTO DE BIENES INMUEBLES | 3 | 10.019,18 | 0 | 0,00 |
| CATÁLOGO ELECTRÓNICO | 48 | 56.626,20 | 23 | 39.926,65 |
| CONTRATACIÓN DIRECTA CONSULTORÍA | 1 | 8.300,00 | 0 | 8.300,00 |
| ÍNFIMA CUANTÍA | 39 | 1,00 | 39 | 60.276,69 |
| PUBLICACIÓN ESPECIAL | 2 | 35.296,57 | 0 | 0,00 |
| RÉGIMEN ESPECIAL - PROVEEDOR ÚNICO | 2 | 76.288,90 | 0 | 0,00 |
| RÉGIMEN ESPECIAL CONTRATOS ENTRE ENTIDADES PÚBLICAS O SUS SUBSIDIARIAS | 2 | 154.823,84 | 0 | 32.369,00 |
| | | | | 122.454,84 |
| SUBASTA INVERSA ELECTRÓNICA | 2 | 64.314,01 | 0 | 0,00 |

Elaborado por: Dirección Administrativa y de Talento Humano

7. Gestión de El Telégrafo

El 2023 fue un año que marcó un antes y un después en la línea editorial de Diario EL TELÉGRAFO. Durante este año se ejecutó una transición de contenido informativo con un enfoque más noticioso y coyuntural.

Fue el inicio de la ruta para generar fidelización de las audiencias y credibilidad editorial. El cambio de contenido de entretenimiento a una redacción mixta, entre productos noticiosos y de tendencia, generó resultados importantes.

Tabla 3. Producción Nacional

| TIPO DE INFORMACIÓN | PORCENTAJE | N° DE NOTAS |
|---------------------|---------------|--------------|
| Informativo | 71,8% | 8983 |
| Opinión | 4,8% | 607 |
| Deportivo | 17,6% | 2209 |
| Publicitario | 5,7% | 720 |
| Total | 100,0% | 12519 |

Elaborado por: Jefatura de Contenidos

Uno de los más significativos fue el incremento del tiempo de lectura de los usuarios en la página web. Pasamos de tener 36 segundos a 1 minuto y 28 segundos en promedio. El mes con mayor impacto fue octubre con un tiempo de lectura de 1 minuto y 37 segundos.

Otro de los puntos positivos fue que se mantuvo un número de visitantes orgánicos importante de 294.862 usuarios orgánicos, solo en diciembre. Pero sumados en todo el 2023 llegamos a tener 5.9 millones.

Tabla 4. Producción Nacional

| PÁGINA WEB EL TELÉGRAFO | TOTAL |
|---|-------------------|
| Visitas | 31.863.383 |
| Usuarios | 12.689.120 |
| Tiempo de interacción (Promedio mensual) | 1 min 28 segundos |
| Número de eventos (es el número total de interacciones de los usuarios con los elementos de los sitios web rastreados). | 93.428.470 |
| Usuarios orgánicos | 5.978.983 |

Elaborado por: Jefatura de Contenidos

En redes sociales también tuvo un incremento, se paso de tener en Facebook 187.985 seguidores en enero a 193.866 en diciembre. En Instagram, pasamos de 95.925 seguidores en enero a 96.736 en diciembre. Las redes de Tik Tok, Youtube y X también tuvieron balances positivos. En el primer caso, la cuenta de Tik Tok se creó en mayo 2023. A continuación,

detallamos las estadísticas que corresponden a cada una de las redes.

Tabla 5. Producción Nacional

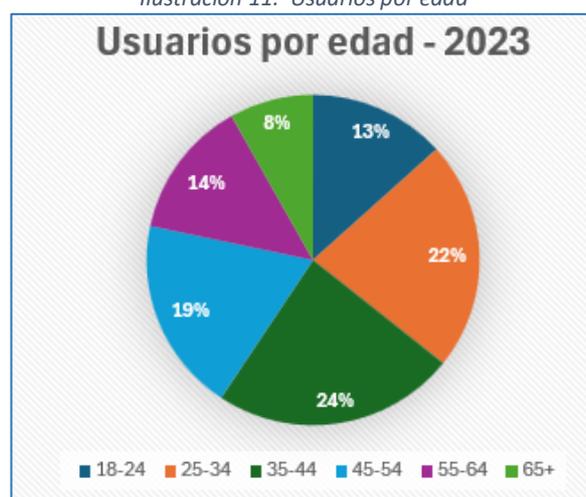
| REDES SOCIALES EL TELÉGRAFO | |
|--|------------|
| Facebook | TOTAL |
| Seguidores | 193.866 |
| Me gusta | 168.468 |
| Alcance (número de personas que ve el contenido) | 18.068.938 |
| X | TOTAL |
| Seguidores | 697.124 |
| Instagram | TOTAL |
| Seguidores | 96.736 |
| Alcance | 1.448.736 |
| TikTok | TOTAL |
| Seguidores | 6.171 |
| YouTube | TOTAL |
| Suscriptores | 18.100 |

Elaborado por: Jefatura de Contenidos

Durante el 2023 EL TELÉGRAFO alcanzó 2,3 millones de visitas con el cambio de la línea editorial. Para entender mejor nuestra audiencia, se analizó el perfil de los usuarios de la página web y de las redes sociales del medio de comunicación, obteniendo los siguientes resultados:

USUARIOS POR EDAD: De acuerdo con Google Analytics los usuarios que consumen de la página Web de EL TELÉGRAFO se encuentra entre las personas que tienen de 25 a 44 años.

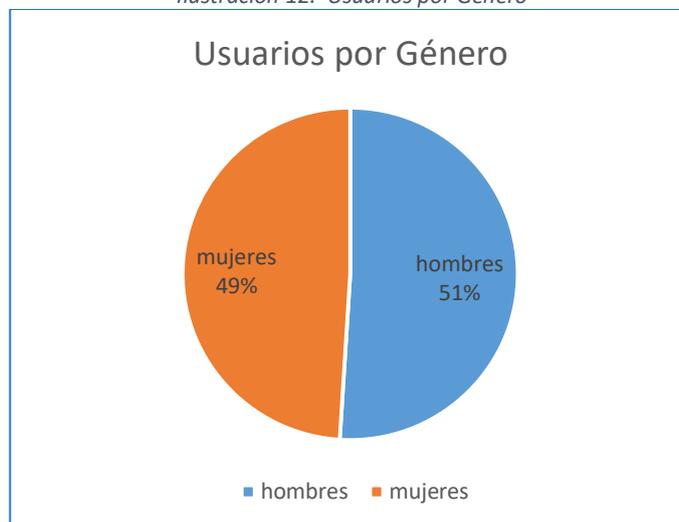
Ilustración 11. Usuarios por edad



Fuente: Google Analytics

USUARIOS POR GÉNERO: En esta categoría se identifica que existe un interés equilibrado tanto en hombres como mujeres que consumen información de la página Web del TELÉGRAFO.

Ilustración 12. Usuarios por Género



Fuente: Google Analytics

PROVINCIAS MÁS VISTAS: La segmentación georreferencial de los usuarios en el Ecuador que concentra el interés en el portal Web de EL TELÉGRAFO, principalmente se encuentra en las provincias de Pichincha y Guayas, de acuerdo con el siguiente detalle:

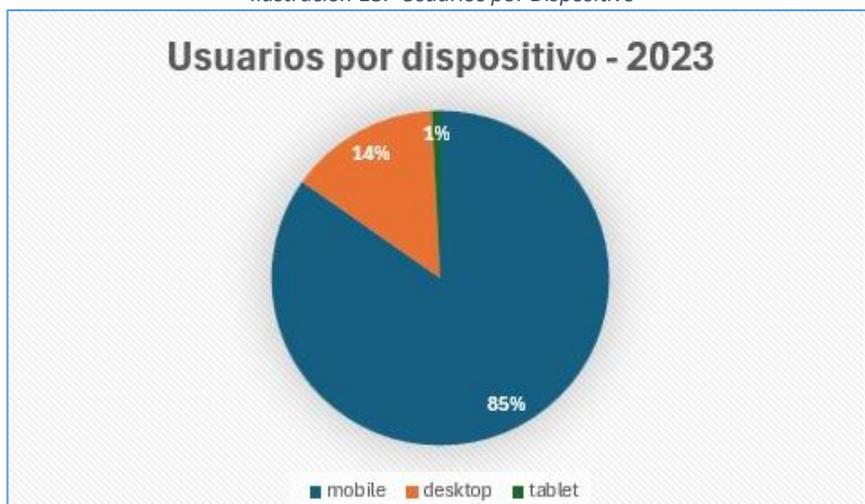
Tabla 6. Usuarios por ubicación

| Nro. | REGIÓN | USUARIOS |
|------|------------|-----------|
| 1 | Pichincha | 2.982.981 |
| 2 | Guayas | 2.416.692 |
| 3 | Manabí | 358.534 |
| 4 | Azuay | 291.265 |
| 5 | Tungurahua | 218.644 |

Fuente: Google Analytics

DISPOSITIVOS DE VISUALIZACIÓN: En el 2023, el 85% de los usuarios han accedido a la página Web de EL TELÉGRAFO mediante sus dispositivos móviles.

Ilustración 13. Usuarios por Dispositivo



Fuente: Google Analytics

REDES SOCIALES

Ilustración 14. Seguidores EL TELÉGRAFO



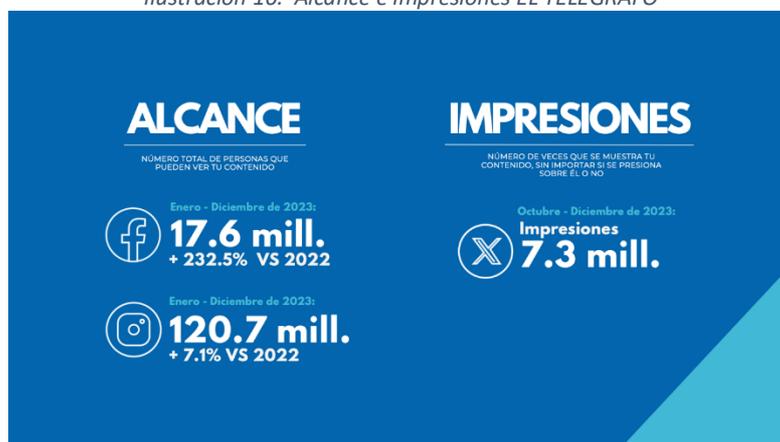
Fuente: Google Analytics

Ilustración 15. Número de Publicaciones EL TELÉGRAFO



Fuente: Google Analytics

Ilustración 16. Alcance e Impresiones EL TELÉGRAFO



Fuente: Google Analytics

Ilustración 17. Visualizaciones de Video EL TELÉGRAFO



Fuente: Google Analytics

8. CONCLUSIONES EL TELÉGRAFO

- El 2023 fue un año en el que Diario EL TELÉGRAFO potenció su contenido informativo y de actualidad. Uno de los indicadores que reflejan este trabajo es el incremento del tiempo de lectura de los usuarios en la página web. Pasamos de tener 36" a 1 minuto y 28" en promedio.
- La potencialización de los contenidos informativos y de actualidad también refleja un resultado superior. En el 2022 fue del 40%, mientras que en el 2023 incrementó al 71.8%.
- En el 2023 se aumentó el número de seguidores en nuestras redes sociales como Instagram, Facebook y X. Este año también incursionamos en la red social TikTok.
- Como parte de la estrategia para fortalecer la comercialización de El Telégrafo y diversificar sus productos digitales, se incrementó significativamente la presencia y alcance en las redes sociales como Instagram, Facebook, X y TikTok. Esta estrategia robusta de presencia digital será la plataforma para potenciar la comercialización de nuevos servicios comunicacionales en el 2024.