

INSTRUCCIONES DE LLENADO DEL FORMULARIO DE RENDICIÓN DE CUENTAS

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La sesión del sistema permanecerá activa por 10 minutos, tiempo durante el cual deberá ingresar la información requerida en los campos correspondientes. Se recomienda guardar periódicamente la información para evitar pérdida de datos, ya que una vez transcurrido el tiempo la sesión se cerrará automáticamente y será necesario iniciar nuevamente para continuar con el proceso.

INFORMACIÓN DE REGISTRO.

Se refiere a información sobre el nombre del medio de comunicación, al tipo de medio, su ubicación domiciliaria, información del representante legal, del técnico/a responsable del proceso de rendición de cuentas y del encargado/a del ingreso del informe de rendición de cuentas en el sistema.

INFORMACIÓN DE REGISTRO	
RUC:	Número de RUC de la medio de comunicación
INSTITUCIÓN:	Nombre completo de la medio de comunicación (como se encuentra en el RUC)
FUNCIÓN A LA QUE PERTENECE	Nombre del medio de comunicación que rinde cuentas, debe constar en el sistema de acuerdo al nombre que consta en el RUC
SECTOR:	NO Aplica para los medios de comunicación
TIPO DE MEDIO:	El sistema reflejará si es RADIO, MEDIOS IMPRESOS, TELEVISIÓN, AUDIO/VIDEO POR SUSCRIPCIÓN, PLATAFORMAS DIGITALES
NIVEL QUE RINDE CUENTAS:	Se refiere al tipo de medios: público, privado, comunitario
PROVINCIA:	Provincia donde se encuentra ubicada
CANTÓN:	Cantón donde se encuentra ubicada
PARROQUIA:	Parroquia donde se encuentra ubicada
DIRECCIÓN:	Dirección donde se encuentra ubicada
EMAIL:	Correo electrónico de la medio de comunicación
TELÉFONO:	Teléfono de la medio de comunicación
PÁGINA WEB O RED SOCIAL:	Sitio web o red social institucional
ADJUNTAR DOCUMENTO OFICIAL DEL RUC: FORMATO .jpg, .png, .pdf	RUC digitalizado, en formato jpg, .jpg, .png, o .pdf tamaño máximo de archivo 5MB
REPRESENTANTE LEGAL	
NOMBRES DEL REPRESENTANTE:	Nombre completo del representante legal del medio de comunicación
CARGO DEL REPRESENTANTE:	Cargo del representante legal
EMAIL DE NOTIFICACIÓN:	Correo electrónico de notificación
FECHA DE DESIGNACIÓN:	Fecha en la que fue designado como representante legal del medio de comunicación
TELÉFONO:	Número de teléfono de contacto del representante legal
CELULAR:	Número de teléfono celular del representante legal
RESPONSABLE DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	
NOMBRES DEL RESPONSABLE:	Nombre completo del responsable del proceso de rendición de cuentas
CARGO DEL RESPONSABLE:	Cargo del responsable de rendición de cuentas
FECHA DE DESIGNACIÓN:	Fecha en la que fue designado como responsable del proceso de rendición de cuentas
TELÉFONO:	Número de teléfono de contacto del responsable del proceso de rendición de cuentas
EMAIL DE NOTIFICACIÓN:	Correo electrónico de notificación
CELULAR:	Número de teléfono celular del responsable del proceso de rendición de cuentas
RESPONSABLE DEL REGISTRO DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS	
NOMBRES DEL RESPONSABLE:	Nombre completo del responsable del registro del informe de rendición de cuentas
CARGO DEL RESPONSABLE:	Cargo del responsable del registro del informe rendición de cuentas
FECHA DE DESIGNACIÓN:	Fecha en la que fue designado como responsable del registro del informe de rendición de cuentas
TELÉFONO:	Número de teléfono de contacto del registro del informe de rendición de cuentas
CELULAR:	Número de teléfono celular del registro del informe de rendición de cuentas

CÉDULA DE CIUDADANÍA:	Número de cédula de ciudadanía del responsable del registro del informe de rendición de cuentas
EMAIL DE NOTIFICACIÓN:	Correo electrónico de notificación
FECHA DE NACIMIENTO:	Fecha de nacimiento
CONTRASEÑA:	Entre 6 y 12 caracteres, letras mayúsculas, minúsculas, números

PERIODO DE RENDICIÓN DE CUENTAS.

De acuerdo con el reglamento vigente, se rinde cuentas del periodo fiscal concluido, comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre. Para los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios que no estuvieron en funciones durante todo el año, rinden cuentas del tiempo en que estuvieron en funciones durante el año fiscal del que rinde cuentas.

DATOS DEL INFORME PERIODO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	
FECHA DE INICIO:	Colocar la fecha de inicio del periodo de rendición de cuentas
FECHA DE FIN:	Colocar la fecha de fin de periodo de rendición de cuentas

DATOS DEL MEDIO

En esta matriz se detallan los datos de la frecuencia y las repetidoras con las que funciona el medio de comunicación

FRECUENCIA (S) DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO (RADIO/TV):	NÚMERO DE REPETIDORAS (RADIO/TV):	UBICACIÓN DE REPETIDORAS (RADIO/TV):	ÚLTIMA FECHA DE OTORGAMIENTO DE LA CONCESIÓN:	FECHA DE VENCIMIENTO DE LA CONCESIÓN:	NÚMERO DE SUCURSALES O AGENCIAS:	UBICACIÓN DE SUCURSALES O AGENCIAS:	DETALLAR LOS PRODUCTOS IMPRESOS
Número de la frecuencia del espectro radioeléctrico concedida a su medio.	En caso de que las radiodifusoras o televisoras cuenten con repetidoras, escribir el número de repetidoras de su medio. No aplica para medios impresos y digitales.	En caso de contar con repetidoras, reportar la ubicación de las repetidoras de su medio. No aplica para medios impresos y digitales.	Fecha de la última concesión otorgada a su medio, de acuerdo con la Resolución de ARCOTEL.	Fecha de vencimiento de la concesión otorgada a su medio, de acuerdo con la Resolución de ARCOTEL.	En caso de los medios impresos o digitales, escribir el número de sucursales o agencias de su medio. Aplica para medios impresos y digitales no para radiodifusoras y televisoras o canales de cable.	En caso de los medios impresos o digitales, escribir la dirección de la (s) sucursales o agencias de su medio. No aplica para radiodifusoras y televisoras o canales de cable.	En el caso de los medios impresos en esta casilla se debe escribir, uno a uno, los productos del medio, sean estos revistas o periódicos. No aplica para radiodifusoras y televisoras o canales de cable.

COBERTURA GEOGRÁFICA

En esta matriz se debe reportar la información de alcance territorial que tiene el medio de comunicación (Art. 6 LOC).

COBERTURA	POBLACIÓN DE ACUERDO AL ÚLTIMO CENSO NACIONAL	No. de provincias a las que llega la cobertura, publicación o circulación del medio)	Describe las provincias en las que da cobertura	No. de PERSONAS a las que da cobertura, publicación o circulación el medio	% de cobertura, publicación o circulación del medio
Nacional	16,938,986				El porcentaje se calcula entre la población del país y número de personas
Regional	16,938,986				
Local	16,938,986				

MEDIOS COMUNITARIOS:

PROYECTO COMUNICACIONAL

El Proyecto Comunicacional es obligatorio para los medios de comunicación de comunicación comunitarios. (LOC Art. 85).

TIENE PROYECTO COMUNICACIONAL

Escoger SI/NO cuentan con un proyecto comunicacional.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS Y COMUNITARIOS:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS/FUNCIONES O FINES:

En esta matriz se reportan los objetivos que constan en el Plan de Gestión que se presentó para la concesión de la frecuencia en la que funciona el medio de comunicación.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS/FUNCIONES O FINES	TIPO(OBJETIVOS ESTRATÉGICOS)
MEDIOS PÚBLICOS: Escoger la lista desplegable. MEDIOS COMUNITARIOS: En esta celda deben ingresar cada uno de los objetivos del proyecto comunicacional. ESTA MATRIZ NO APLICA PARA LOS MEDIOS PRIVADOS	MEDIOS PÚBLICOS: Deben seleccionar los objetivos que implementa el medio de comunicación a través de su accionar de los que se indican en la lista desplegable. (LOC Art. 78,1). MEDIOS COMUNITARIOS: En esta celda deben escoger la opción OBJETIVOS ESTRATÉGICOS / FUNCIONES e ingresar cada uno de los objetivos que contemplan el proyecto comunicacional. (LOC ART. 85)

PLANES DE CAPACITACIÓN

EJECUTO PLANES DE CAPACITACION	SELECCIONE LA OPCIÓN:	CAPACITACION DIRIGIDA A:	No DE CAPACITACIONES	TEMÁTICA:	FECHAS/S EN LA QUE SE REALIZÓ LA CAPACITACIÓN:	TEMAS SOBRE LOS QUE REQUIEREN CAPACITACIÓN	LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN
En esta matriz se debe reportar si se ejecutó o no un Plan de Capacitación durante el año del cual rinde cuentas. Seleccionar SI / NO	En caso de contestar SI debe seleccionar una de las siguientes opciones: - Capacitación Interna - Capacitación externa - No se implementó ningún enfoque	En esta matriz debe seleccionar a quien se dirigió la capacitación realizada de una de las siguientes opciones: - Periodistas, editores, productores, trabajadores de la comunicación - Audiencias	Indicar el número de capacitaciones ejecutadas	Seleccionar la opción relacionada con la temática sobre la que se capacitó: - Derechos Humanos, - Enfoques de Igualdad. - Elaboración de Contenidos con la Ciudadanía - Estimular El Conocimiento De La Gestión De Medios De Comunicación Social - Permitir El Ejercicio De Los Derechos A La Comunicación E Información De Las Audiencias En El Medio De Comunicación.	Indicar la fecha en la que se realizó la capacitación	En el marco de lo que dispone la norma, describir los temas sobre los que se requiere capacitación a las entidades responsable del fortalecimiento de capacidades de los medios de comunicación social.	Informe y registros de asistencia de las capacitaciones ejecutadas con la firma del responsable de la información.

PROMOCIÓN DE DERECHOS

ENFOQUE IMPLEMENTADO	NOMBRE DEL PROGRAMA/S O ESPACIO/S	TIPO DE CONTENIDO	FRECUENCIA:	DESCRIPCIÓN DE LAS MEDIDAS IMPLEMENTADAS	TIEMPO/ ESPACIO TOTAL DE PROGRAMACIÓN SEMANAL IMPRESOS	TIEMPO / ESPACIO AL AIRE ASIGNADO PARA ESTE PROGRAMA EN LA SEMANA:	LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN
INTERGENERACIONAL (Niños, niñas, adolescentes, jóvenes y adultos mayores)	Reporte, uno a uno, cada programa /espacio del medio que contribuye a la implementación de este enfoque.	Escoja una de las opciones, dependiendo del tipo de contenido del programa/ espacio reportado: - Educativos - Noticias, - Campañas electorales - Información emergente sobre riesgos, desastres - Anuncios de estados de excepción	Elegir del menú desplegable, una de las opciones: - Diario - Semanal - Mensual - Quinquenal	Detallar brevemente en qué consiste el programa/sección del medio impreso.	En esta matriz indicar el tiempo total de la programación semanal o, en el caso de medios impresos, el número total de páginas que integran el producto impreso.	En esta matriz reportar el tiempo total asignado al programa en la programación semanal o para medios impresos el espacio total asignado en la semana al producto comunicacional.	Por cada programa reportado el link de verificación deberá contener alguna de las siguientes opciones: 1. Parrilla de programación del medio, del año que rinde cuentas con la firma de la persona responsable 2. Ficha técnica del programa que reporta con la firma de la persona responsable
-GÉNERO (mujeres y población LGBTIQ+)							
- INTERCULTURAL (Pueblos y nacionalidades: indígenas, montubios y afro ecuatorianos / as)							
-MOVILIDAD HUMANA (personas migrantes, refugiados, desplazados internos, personas en tránsito por motivos económicos, violencia, ambientales o búsqueda de oportunidades).							
PERSONAS CON DISCAPACIDAD (personas con discapacidad visual, auditiva, física, intelectual, psicosocial, orgánica)	Escribir, uno a uno, cada programa del medio que contribuye a la implementación de este enfoque.	Escoja una de las opciones, dependiendo del tipo de contenido del programa/ espacio reportado: - Educativos - Noticias, - Campañas electorales - Información emergente sobre riesgos, desastres - Anuncios de estados de excepción	Elegir del menú desplegable, una de las opciones: - Diario - Semanal - Mensual - Quinquenal	Selecciones una de las siguientes opciones: a) Uso de subtítulos; b) Incorporación de un recuadro adecuado para la interpretación de lengua de señas ecuatoriana; c) Sistema braille; y, d) Otros sistemas desarrollados. e) Norma técnica de accesibilidad al contenido web	En esta matriz indicar el tiempo total de la programación semanal o, en el caso de medios impresos, el número total de páginas que integran el producto impreso.	En esta matriz reportar el tiempo total asignado al programa en la programación semanal o para medios impresos el espacio total asignado en la semana al producto comunicacional.	Por cada programa reportado el link de verificación deberá contener alguna de las siguientes opciones: 1. Parrilla de programación del medio, del año que rinde cuentas con la firma de la persona responsable 2. Ficha técnica del programa que reporta con la firma de la persona responsable.

TIPO DE DERECHOS DE AUTORES APROBADOS POR EL SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES - SENADI:

En esta matriz se detallan los derechos de autor que deben reportarse cuando se usen o registren y/o la propiedad intelectual en publicidad.

Obligatoriamente se debe reportar los pagos a la entidad gubernamental rectora, actualmente el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI); y facultativamente los pagos a sociedades de gestión colectiva de autores como: La Sociedad de Autores del Ecuador (SAYCE), Sociedad de Artistas, Intérpretes y Músicos Ejecutantes del Ecuador (SARIME), Sociedad de productores de fonogramas (SOPROFON), Asociación de Productoras Audiovisuales del Ecuador (APAE), Sociedad de Gestión Colectiva de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA), y otros.

TIPO DE DERECHOS DE AUTORES APROBADOS POR EL IEPI	NÚMERO DE DERECHOS POR TIPO	NÚMERO DE DERECHOS PAGADOS	LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN
---	-----------------------------	----------------------------	----------------------------

Elegir del menú desplegable, una de las opciones: NOVELAS POEMAS OBRAS DE TEATRO PROGRAMAS INFORMATIVOS PELÍCULAS COMPOSICIONES MUSICALES COREOGRAFÍA PINTURA DIBUJOS FOTOGRAFÍAS PUBLICIDAD OTRAS	Escribir el número de derechos de autor que el medio ha SENTADO PARA SU RECONOCIMIENTO intelectual y económico	Escribir el número de derechos de autor que el medio ha PAGADO por el uso y/o difusión de los productos correspondientes al tipo de derecho aprobado	Por cada tipo de derecho de autor reportado, el link de verificación deberá contener alguna de las siguientes opciones: 1. Comprobante de derechos de autor registrados por el medio en SENADI 2. Registro de pagos realizados a una o varias sociedades de gestión colectiva de autores
--	--	--	--

ADQUISICION DE DERECHOS DE DIFUSIÓN TELEVISIVA DE PRODUCCION NACIONAL INDEPENDIENTE: (LOC Art. 102)

EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DE TV ABIERTA O EL SISTEMA DE AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN DESTINÓ UN VALOR DE LOS MONTOS FACTURADOS Y PERCIBIDOS, PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS DE DIFUSIÓN TELEVISIVA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE:	LA COBERTURA DEL MEDIO:	MONTO FACTURADO Y PERCIBIDO POR EL MEDIO O SISTEMA Y QUE FUERON DECLARADO EN EL EJERCICIO FISCAL DEL AÑO ANTERIOR:	MONTO DESTINADO PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS DE DIFUSIÓN TELEVISIVA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE:	% DESTINADO	MEDIO DE VERIFICACIÓN:
SI / NO	Menor a los 500 mil habitantes		Identifique el monto destinado para la adquisición de los derechos de difusión televisiva de la producción nacional independiente.		Link al documento oficial en el que se identifique los montos facturados y percibidos por el medio o sistema y que fueron declarado en el ejercicio fiscal del año anterior y el % destinado para la adquisición de los derechos de difusión televisiva de la producción nacional independiente. En el caso de los medios públicos este porcentaje se calculará en relación con el presupuesto.
	Supera los 500 mil habitantes				

MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA:

MEDIOS PÚBLICOS (LOC ART.78)

En esta matriz se detalla la información de los mecanismos de control social que la ciudadanía conformó para vigilar la gestión institucional

MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA	PONGA SI O NO	NÚMERO DE MECANISMOS IMPLEMENTADOS EN EL AÑO	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN
CONSEJO EDITORIAL	Por cada mecanismo se despliega una lista donde se debe elegir: SI NO	Por cada mecanismo escribir el número ejecutado durante el año	Por cada mecanismo reportado el link de verificación deberá contener alguna de las siguientes opciones: 1. Acta de conformación del mecanismo y registro de asistencia 2. memorias y/o sistematización del/los mecanismo(s) y registro de asistencia Nota: En ésta matriz no se deberá subir el link al evento deliberativo de rendición de cuentas.
CONSEJOS CONSULTIVOS			
OTROS			

MECANISMOS DE AUTOREGULACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA: (ART. 9, 38, 91.4 LOC)

MEDIOS PRIVADOS Y COMUNITARIOS

Tipo de instrumento/ instancia / mecanismo	Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación:	Link al Medio de verificación
CÓDIGO DEONTOLÓGICO,	Por cada mecanismo se despliega una lista donde se debe elegir: SI / NO Si el medio cuenta o no con este instrumento.	Por cada mecanismo reportado el link de verificación deberá remitir al documento publicado y difundido en su página web.
CÓDIGO DE ÉTICA,		
CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN,		
CÓDIGO DE EDITORES,		
ESTATUTOS DE REDACCIÓN,		
POLÍTICAS EDITORIALES Y / O INFORMATIVAS		
MANUALES DE ESTILO		
OTROS		

LOC ART. 91.4

Órganos, instancias o instrumentos de aplicación y seguimiento de las autorregulaciones	Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación:	No. de veces en que se activó	No. de acciones ejecutadas	Link al Medio de verificación
CONSEJO DE PRENSA,	Por cada mecanismo se despliega una lista	Número de veces que se reunió / ejecutó cada		

DEFENSORÍAS DE AUDIENCIAS, CONSEJOS EDITORIALES, AUDITORÍAS DE AUTORREGULACIÓN, ASOCIACIÓN DE AUTOCONTROL, VOLUNTARIO DE MEDIOS, OTRA	¿Dónde se debe elegir: SI / NO	Si el medio cuenta o no con esta instancia.	instancia / mecanismo	Número de acciones/resoluciones dispuestas por cada instancia	Informe de gestión en el que se detalle las acciones reportadas con la firma del responsable.
---	-----------------------------------	---	-----------------------	---	---

MECANISMOS DE CONTROL SOCIAL

Mecanismos para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información y también, para optimizar las relaciones entre Estado, medios, ciudadanía	Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación:	No de solicitudes recibidas/acciones ejecutadas:	Objeto/motivo/razón de la activación del mecanismo	No. De propuestas/ solicitudes / informes atendidas/ i emitidos:	Link al Medio de verificación
Consejos de audiencias	Por cada mecanismo se despliega una lista donde se debe elegir: SI / NO	Por cada mecanismo, número de veces en que se activó el mecanismo	Por cada mecanismo, describa el motivo/razón de la solicitud	Por cada mecanismo, número de propuestas/ solicitudes / informes atendidas / emitidos	Informe de gestión en el que se detalle el /los mecanismo/s activados, el motivo/razón de activación y los resultados alcanzados, con la firma del responsable.
Consultas públicas					
Mecanismos de transparencia					
Observatorios					
Veedurías ciudadanos					
Otras formas organizativas para el control, evaluación y verificación de la gestión de los medios de comunicación.	Si el medio cuenta o no con esta instancia.				

TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RECLAMOS PRESENTADOS POR LA CIUDADANÍA. REGLAMENTO GENERAL LOC Art. 23. Y 24, REGLAMENTO EMITIDO SOBRE CAMPAÑAS

SE PRESENTARON SOLICITUDES DE RÉPLICA O RECTIFICACIÓN:	TIPO DE SOLICITUD:	NÚMERO DE SOLICITUDES RECIBIDAS	No. DE SOLICITUDES ATENDIDAS FAVORABLEMENTE	No. DE SOLICITUDES ATENDIDAS CONTESTADAS NEGATIVAMENTE	LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN
SI / NO	SOLICITUD DE RECTIFICACIÓN	Se refiere al número total de solicitudes de rectificación o réplica o respuesta recibidas en el medio.	Se refiere al número de solicitudes que fueron atendidas con la ejecución de las medidas de rectificación o réplica o respuesta.	Se refiere al número de solicitudes que en las que no se ejecutaron las medidas de rectificación o réplica o respuesta.	Link al Informe de las solicitudes recibidas y atendidas por el medio con la firma del responsable.
	DERECHO A LA RÉPLICA O RESPUESTA				
	CAMPAÑA/S EDUCATIVA/S EJECUTADAS	No de acciones dispuestas	No. De acciones ejecutadas	Check list temas sobre los cuales se realizó la/s campaña/s educativa/s: - Erradicación de todo tipo de violencia, - Lucha contra la drogadicción, - Lucha contra el racismo - Lucha contra la discriminación, - A favor del incentivo cultural, - En beneficio del sector turístico - A favor de los valores.	Link al Informe sobre las campañas realizadas con firma de responsable
	OTRO				

PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS:

En esta matriz se detalla la implementación de cada fase y paso del proceso de rendición de cuentas. Esto incluye los aportes de la evaluación ciudadana a la gestión del medio de comunicación.

FASE	PASOS DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	PONGA SI O NO	DESCRIBA LA EJECUCIÓN DE LOS PASOS	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN
FASE 1	CONFORMACIÓN DEL EQUIPO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	Por cada ítem se despliega una lista donde se	La máxima autoridad del medio deberá conformar un equipo institucional con los responsables de las áreas de Planificación, Comunicación, Administrativo, Financiero, y Participación o Desarrollo Humano. El equipo ejecutará el proceso, desde la planificación hasta la entrega del informe al CPCCS.	El link de verificación con precisión deberá contener el documento suscrito por la máxima autoridad/representante legal del medio determinando la conformación del equipo de rendición de cuentas.

FASE 1	DISEÑO DE LA PROPUESTA DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	debe elegir: SI NO	El equipo institucional elaborará una propuesta para implementar el proceso de rendición de cuentas, adaptando los lineamientos del CPCCS a la realidad del medio. Esto incluye planificar el evento de deliberación pública y la sistematización de los aportes recibidos. El equipo será responsable de la implementación de la propuesta.	El link de verificación con precisión deberá contener el acta suscrita por el equipo de rendición de cuentas que contendrá las fechas en las que se reunieron y la propuesta a ejecutarse para realizar el proceso de rendición de cuentas
FASE 2	EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL:		El equipo institucional desarrollará un proceso interno de evaluación. De forma complementaria y durante este período cada medio receptorá de los usuarios ciudadanos beneficiarios de sus servicios y de la ciudadanía en general, los temas sobre los cuales desean que se rinda cuentas.	El link de verificación con precisión deberá direccionar al documento de evaluación, así como los temas que los ciudadanos plantearon al medio que rinda cuentas.
FASE 2	LLENADO DEL FORMULARIO DE INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS ESTABLECIDO POR EL CPCCS		El equipo de rendición de cuentas llenará el formulario de informe de rendición de cuentas establecido por el CPCCS, disponible en su página web en formato Excel.	El link de verificación con precisión deberá direccionar al formulario Excel.
FASE 2	CONTENIDO DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS		El equipo designado debe redactar el informe narrativo de rendición de cuentas. Este informe desarrolla los contenidos presentados por el medio de comunicación en el formulario preliminar, y se redactará en lenguaje sencillo, de fácil comprensión y lectura. Es necesario considerar que esta versión se presentará a los usuarios beneficiarios de los servicios del medio y a la ciudadanía en general.	El link de verificación con precisión deberá direccionar al informe narrativo del medio de comunicación.
FASE 2	SOCIALIZACIÓN INTERNA Y APROBACIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS POR PARTE DE LOS RESPONSABLES		Una vez que se cuente con el formulario preliminar y el informe narrativo, deben socializarse a nivel interno y ser aprobados por la máxima autoridad/representante legal del medio.	El link de verificación con precisión deberá direccionar al documento final del formulario preliminar y del informe narrativo y ambos deberán estar suscritos por la máxima autoridad/representante legal del medio.
FASE 3	DIFUSIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS A TRAVÉS DE DISTINTOS MEDIOS		El informe narrativo y el formulario preliminar de rendición de cuentas, aprobados deben ser difundidos ampliamente con los usuarios del medio de comunicación, con al menos seis (6) días término previos al evento de deliberación pública de rendición de cuentas	El link de verificación con precisión deberá direccionar a alguno de los siguientes documentos: - Oficio e informe narrativo con el formulario preliminar suscritos electrónicamente por la máxima autoridad/representante legal o correo electrónico enviado a los usuarios con anticipación debida. - Informe narrativo con el formulario preliminar suscritos electrónicamente y publicados en la página web institucional y en sus redes sociales con anticipación debida
FASE 3	PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO DELIBERATIVO		El equipo debe concertar la propuesta del evento deliberativo con su audiencia u otras instancias, actores, espacios de participación, correspondiente a su nivel de cobertura. La planificación del evento deliberativo será producto del trabajo articulado entre el medio de comunicación y la ciudadanía e incluirá: la convocatoria, condiciones logísticas, preparación de los/las facilitadores/as y preparación de la agenda. La convocatoria debe ser pública y amplia, aprovechando la condición de medio de comunicación y utilizando insumos comunicacionales para captar la atención de la ciudadanía en los distintos territorios de cobertura. La convocatoria deja clara la fecha, horario y modalidad de realización del evento deliberativo.	El link de verificación deberá re direccionar a alguno de los siguientes documentos: - Publicación de la invitación al espacio deliberativo en redes sociales, con la debida anticipación. - Capturas de pantalla, fotos, links de publicación de la invitación, con la debida anticipación. - Entrega-recepción de invitaciones para líderes barriales, asambleas ciudadanas, colectivos, OSC, ONG y otros que no sean autoridades públicas.
FASE 3	REALIZACIÓN DEL EVENTO DE RENDICIÓN DE CUENTAS A LA CIUDADANÍA		La deliberación pública se realizará de forma presencial y deberá ser transmitida en vivo a través de plataformas informáticas interactivas que disponga el medio, grabada y publicada a través de medios digitales que contribuyan a la recepción de aportes ciudadanos. Se realizará en horarios e instalaciones que faciliten la participación de la ciudadanía.	El link de verificación con precisión deberá direccionar a alguno de los siguientes documentos: - Video del espacio deliberativo donde la ciudadanía participe e intervenga - Acta de realización del espacio deliberativo suscrita, que contenga: link al video y las sugerencias ciudadanas - Acta de realización del espacio deliberativo suscrita y que contenga las sugerencias ciudadanas
FASE 3	RINDIÓ CUENTAS A LA CIUDADANÍA EN EL PLAZO ESTABLECIDO		El medio debe identificar si el espacio deliberativo se ejecutó dentro del término establecido.	El link de verificación deberá re direccionar a alguno de los siguientes documentos: - Link de la ejecución del espacio deliberativo de rendición de cuentas en vivo. - Acta de realización del evento que contenga los aportes ciudadanos que se generaron en ese espacio - El acta de asistencia al evento deliberativo con fecha.
FASE 3	INCORPORACIÓN DE LOS APORTES CIUDADANOS EN EL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS		El equipo responsable del proceso de rendición de cuentas sistematizará todos los aportes ciudadanos recibidos tanto en el espacio presencial como en los virtuales, y, a partir de este insumo, deberá elaborar el Acta de Compromiso. Tanto los aportes ciudadanos como el acta se reportarán en el Informe de Rendición de Cuentas que se entregue al CPCCS y deberán implementarse en la gestión del siguiente año	El link de verificación con precisión deberá direccionar a alguno de los siguientes documentos: - Acta de compromiso suscrita por la máxima autoridad /representante legal a partir de los acuerdos y compromisos con la ciudadanía
FASE 4	ENTREGA DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS AL CPCCS, A TRAVÉS DEL SISTEMA INFORMÁTICO		El equipo responsable deberá ingresar al sistema informático de rendición de cuentas la información contenida en el formulario preliminar y completará todos los campos habilitados en el sistema informático hasta finalizar su informe.	El link de verificación deberá re direccionar el espacio/ carpeta que contenga el informe generado en el sistema informático de Rendición de cuentas.
DESCRIBA LOS PRINCIPALES APORTES CIUDADANOS RECIBIDOS:		Además de estar contenidos en el acta de compromisos, el equipo del medio transcribirá aquí cada uno de los aportes ciudadanos recibidos presencialmente en el evento deliberativo y en la difusión virtual posterior.		

DATOS DE LA DELIBERACIÓN PÚBLICA Y EVALUACIÓN CIUDADANA DE RENDICIÓN DE CUENTAS:

En esta matriz se detalla por género el número de asistentes al espacio de deliberación pública

Fecha en que se realizó la deliberación pública y evaluación ciudadana de rendición de cuentas:	N° DE USUARIOS	GÉNERO				NACIONALIDADES O PUEBLOS			
Seleccionar del calendario existente la fecha en que se realizó la deliberación pública. Recordar que existen meses específicos para realizar el espacio deliberativo.	En números colocar la cantidad total de personas que participaron de forma presencial o virtual en la deliberación pública.	MASCULINO	FEMENINO	GLBTI	MONTUBIO	MESTIZO	CHOLO	INDIGENA	AFROECUATORIANO
		En números colocar, la cantidad de personas que participaron desagregados por género.				En números, colocar la cantidad de personas que participaron desagregados por auto identificación de pueblos o nacionalidades.			

INCORPORACIÓN DE LOS APORTES CIUDADANOS DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS DEL AÑO ANTERIOR EN LA GESTIÓN INSTITUCIONAL:

Esta matriz se detalla el cumplimiento de cada uno de los compromisos que el medio de comunicación asumió con la ciudadanía en la rendición de cuentas del año anterior y su nivel de cumplimiento.

DESCRIBA LOS PRINCIPALES APORTES CIUDADANOS REPORTADOS EN LA RENDICIÓN DE CUENTAS DEL AÑO ANTERIOR	¿SE INCORPORÓ EL APOORTE CIUDADANO EN LA GESTIÓN DEL MEDIO? (PONGA SÍ O NO)	PORCENTAJE DE AVANCE DE CUMPLIMIENTO	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN
Ingresar uno a uno, cada compromiso que su entidad asumió en el proceso inmediatamente anterior de rendición de cuentas. Los compromisos asumidos ya fueron reportados en el informe presentado al CPCCS, que debe estar publicado en su página web del medio y disponible en sus archivos.	Por cada ítem se despliega una lista donde se debe elegir: SI NO	Por cada ítem deberá escribir el porcentaje de implementación del acuerdo. No es necesario ingresar el símbolo de porcentaje, el sistema lo hace automáticamente.	Por cada compromiso se deberá reportar el porcentaje de avance o el resultado de su implementación total.	El link de verificación con precisión deberá direccionar a alguno de los siguientes documentos: - Se adjunta el informe de cumplimiento del acta de compromiso suscrito por la máxima autoridad / representante legal. - No aplica porque el medio fue incluido en el año del cual se rindió cuentas en el catastro.

TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL Y DE SU RENDICIÓN DE CUENTAS:

En esta matriz se detallan las obligaciones de las entidades sobre la difusión de la información pública, se deberá direccionar a la información que se refiere a la transparencia y el acceso a la información de la gestión institucional y su rendición de cuentas.

MECANISMOS ADOPTADOS	PONGA SI O NO	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DE LA MEDIO DE COMUNICACIÓN
PUBLICACIÓN EN LA PÁG. WEB DE LOS CONTENIDOS ESTABLECIDOS EN EL ART. 19 DE LA LOTAIP	Por cada ítem se despliega una lista donde se debe elegir: - SI - NO	El link de verificación con precisión deberá direccionar al portal informático o página web del medio donde se publique dicha información, donde estén publicados los contenidos del art. 19 de la LOTAIP. El link de verificación con precisión deberá direccionar al portal informático o página web del medio, donde está el informe de rendición de cuentas y sus medios de verificación.

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL NACIONAL (LOC Art. 97 Y RGLOC Art. 58)

En esta matriz no se puede incluir en el porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente el tiempo dedicado a publicidad o servicios de tele venta.

DESTINA PROGRAMACIÓN DIARIA EN EL HORARIO APTO PARA TODO PÚBLICO A LA DIFUSIÓN DE PRODUCCIONES NACIONALES:	NÚMERO TOTAL DE HORAS AL AIRE / ESPACIO DIARIO APTA PARA TODO PÚBLICO
En esta celda deberá seleccionar SI / NO si el medio de comunicación destina programación diaria en el horario apto para todo público a la difusión de producciones nacionales	Ingrese el número total de horas que el medio destina a la programación calificada como apta para todo público.

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL NACIONAL (LOC Art. 97)

En esta matriz se detalla la cantidad de programas producidos con materiales y recursos humanos ecuatorianos. Conforme con la Ley Orgánica de Comunicación este tipo de producción no debe ser menor al 60% de la programación del medio en horarios para todo público. Se exceptuará el tiempo dedicado a publicidad o servicios de tele venta. Especifica para los medios de comunicación audiovisuales.

NOMBRE DEL PROGRAMA/ESPACIO	TIPO DE PRODUCCIÓN	TIPO DE PROGRAMA QUE SE DIFUNDE:	NÚMERO TOTAL DE HORAS AL AIRE / ESPACIO APTO PARA TODO PÚBLICO QUE DESTINA A LA DIFUSIÓN DEL PROGRAMA / ESPACIO:	PORCENTAJE	NOMBRE DEL PRODUCTOR/A	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
Indique el nombre del programa – espacio de producción nacional o nacional independiente.	SELECCIONE: - PRODUCCION NACIONAL - PRODUCCION NACIONAL INDEPENDIENTE	LISTA DESPLEGABLE: - CINEMATOGRAFICAS Y DE CREACIONES AUDIOVISUALES, - DE PROGRAMAS Y SERIES ARGUMENTALES, - DOCUMENTALES, - EXPERIMENTALES, - DE ANIMACIÓN Y DE TÉCNICA MIXTA; - PRODUCCIONES DE VIDEO ARTE, - VIDEOS MUSICALES, - TELENÓVELAS - OTRAS PRODUCCIONES DE AUTOR.	Ingrese el número de horas destinados a este tipo de programas	Se calcula del total de horas asignadas a programación apta para todo público y el número de horas destinados a los programas de producción nacional o nacional independiente.	Describe el nombre del productor/a de la producción nacional o nacional independiente.	Documento de la programación diaria con la identificación de los campos indicados en esta matriz con la firma del representante legal. Horario para todo público (06h00 a 18h00). En el caso de la producción nacional independiente reporte el informe de acreditación del INSTITUTO DE CINE Y CREACION AUDIOVISUAL - ICCA.

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INDEPENDIENTE (LOC Art. 97, 102 Y RGLOC Art. 58)

Los medios de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción que tengan dentro de su grilla de programación uno o más canales cuya señal se emite desde el territorio ecuatoriano.

EMITIÓ LARGOMETRAJES PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE	NO. DE LARGOMETRAJES DE PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE QUE DIFUNDIÓ:	LA COBERTURA DEL MEDIO SUPERA LOS 500 MIL HABITANTES:	IDENTIFIQUE SI EL LARGOMETRAJE ES DE ESTRENO:	NOMBRE DEL LARGOMETRAJE	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
En esta celda deberá seleccionar SI / NO si el medio de comunicación emitió largometrajes de producción nacional independiente.	Ingrese el número de largometrajes de producción nacional independiente que difundió durante el año del cual rinde cuentas.	En esta celda deberá seleccionar SI / NO	Esta celda se habilita solo si contesta SI en la pregunta previa.	Ingrese el nombre del largometraje.	Por cada tipo de programa/espacio reportado, el link de verificación deberá contener alguna de las siguientes opciones: - Ficha técnica del programa/espacio que demuestre la producción nacional. - En el caso de la producción nacional independiente reporte el informe de acreditación del Instituto de Cine y Creación Audiovisual - ICCA.

INFORMACIÓN FINANCIERA:

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS Y COMUNITARIOS

PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN.

INFORMACIÓN FINANCIERA (LOCPCCS Art.10, LEY DE EMPRESAS PÚBLICAS Art. 45 SISTEMAS DE INFORMACIÓN)

En esta matriz se detalla el balance general en el que deben constar los activos, pasivos y patrimonio del medio de comunicación. Específica para los medios de comunicación públicos.

BALANCE GENERAL			
ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DE LA MEDIO DE COMUNICACIÓN
Se refiere a los recursos que dispone el medio para realizar sus operaciones	Se refiere a las deudas y obligaciones del medio	Se refiere a los valores del medio, ya sea derivado de su actividad o por aportaciones de sus socios/accionistas	Link de verificación con precisión deberá direccionar al balance general digitalizado del medio de comunicación

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS:

FINANCIAMIENTO (LOC Art. 81)

En esta matriz se detalla la proveniencia de los fondos del medio de comunicación. Específica para los medios de comunicación públicos. Se detalla la proveniencia de los fondos del medio de comunicación

ASIGNACIÓN DEL ESTADO	INGRESOS VENTA DE PUBLICIDAD	INGRESOS COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS COMUNICACIONALES	FONDOS PROVENIENTES DE DONACIONES, PATROCINIOS COOPERACIÓN INTERNACIONAL
Colocar la cantidad total que el medio de comunicación recibió por parte del Estado	Colocar la cantidad total que el medio de comunicación recibió por concepto de publicidad	Colocar la cantidad total que el medio de comunicación recibió al comercializar sus productos comunicacionales	Colocar la cantidad total que el medio de comunicación recibió por donaciones, patrocinios y/o cooperación internacional

PRESUPUESTO INSTITUCIONAL:

En esta matriz se detalla el total del presupuesto institucional codificado, así como el desagregado de la planificación y ejecución del gasto corriente y de inversión. Los conceptos de "gasto corriente" y "gasto de inversión" deberán alinearse al Clasificador Presupuestario vigente.

TOTAL DE PRESUPUESTO INSTITUCIONAL CODIFICADO	GASTO CORRIENTE PLANIFICADO	GASTO CORRIENTE EJECUTADO	GASTO DE INVERSIÓN PLANIFICADO	GASTO DE INVERSIÓN EJECUTADO
Presupuesto total que el Ministerio de Finanzas/ institución asignó al medio de comunicación para su funcionamiento durante el año	En números, el presupuesto de su entidad que se planificó destinar al gasto corriente	En números, el presupuesto que su entidad ejecutó efectivamente en gasto corriente	En números, el presupuesto de su entidad que se planificó destinar al gasto de inversión	En números, el presupuesto que su entidad ejecutó efectivamente en gasto corriente

PROCESOS DE CONTRATACIÓN:

En esta matriz se detalla los procesos de contratación ejecutados por el medio de comunicación, se reporta el total de contrataciones por tipo de contratación, y no por cada proceso dentro del período fiscal.

TIPO DE CONTRATACIÓN	ESTADO ACTUAL				LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN
	Número Total Adjudicados	Valor Total Adjudicados	Número Total Finalizados	Valor Total Finalizados	
Por cada ítem se despliega una lista donde se debe elegir una de las siguientes opciones: - ADQUISICIÓN DE BIENES INMUEBLES -ADQUISICIÓN DE COMBUSTIBLE PARA VEHÍCULOS DE ENTIDADES CONTRATANTES -ADQUISICIÓN DE PASAJES AÉREOS -ARRENDAMIENTO DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES -CATÁLOGO ELECTRÓNICO -COMPRA CORPORATIVA DE	Por tipo de contratación, se debe ingresar el número total de procesos adjudicados durante el año fiscal.	Por tipo de contratación, se debe ingresar el monto total de los procesos adjudicados durante el año fiscal.	Por tipo de contratación, se debe ingresar el número total de procesos adjudicados durante el año fiscal.	Por tipo de contratación, se debe ingresar el monto total de los procesos adjudicados durante el año fiscal.	El link de verificación con precisión deberá direccionar a alguna de las siguientes opciones: 1) Reporte o informe por tipo de contratación que direcciona a los procesos de contratación pública, suscrito por autoridad competente, que contenga: fecha de publicación, código de proceso, tipo de proceso, objeto del proceso, presupuesto referencial, partida presupuestaria, monto de la adjudicación, etapa de la contratación, identificación del

ALIMENTACIÓN ESCOLAR -CONCURSO PÚBLICO DE CONSULTORÍA -CONSULTORÍA CONTRATACIÓN DIRECTA -CONSULTORÍA LISTA CORTA -COTIZACIÓN -FERIA INCLUSIVA -ÍNFIMA CUANTÍA -LICITACIÓN -MENOR CUANTÍA -PROCEDIMIENTOS DE RÉGIMEN ESPECIAL -PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN EN SITUACIÓN DE EMERGENCIA -PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN EN EL EXTRANJERO -PROCEDIMIENTOS ESPECIALES -PUBLICACIÓN -SUBASTA INVERSA -OTRAS -NO SE REALIZARON CONTRATACIONES					contratista, RUC y link para descarga de cada proceso desde el portal de compras públicas. 2) En el caso de catálogo electrónico e ínfima cuantía: reporte o informe suscrito por autoridad competente, que contenga: fecha de publicación, código de proceso, tipo de proceso, objeto del proceso, partida presupuestaria, monto de la adjudicación, etapa de la contratación, identificación del contratista, RUC y link para descarga de cada orden de compra.
--	--	--	--	--	---

ENAJENACIÓN, DONACIONES Y EXPROPIACIONES DE BIENES:

En esta matriz se registra los bienes que han sido transferidos de dominio, expropiados o donados.

TIPO	BIEN	VALOR TOTAL	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN
Por cada ítem se despliega una lista donde se debe elegir una de las opciones: ENAJENACIÓN EXPROPIACIONES DONACIONES RECIBIDAS DONACIONES REALIZADAS NINGUNA	Detallar el tipo de bienes que se gestionaron por cada tipo de transacción reportada	Colocar la cantidad total de valoración del bien	Link de verificación con precisión deberá direccionar al convenio, contrato o acta del movimiento de bienes

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS, PRIVADOS Y COMUNITARIOS

CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES (LOCPCCS Art. 10 NUMERAL 7):

En esta matriz se detalla las obligaciones establecidas por el medio de comunicación con el SRI y el IESS

LABORALES	TRIBUTARIAS	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DEL MEDIO
De acuerdo con el cumplimiento del medio, seleccionar: -SI: cuando no hay obligaciones pendientes -NO: cuando hay obligaciones pendientes	De acuerdo con el cumplimiento del medio, seleccionar: -SI: cuando no hay obligaciones pendientes -NO: cuando hay obligaciones pendientes	Por cada tipo de obligación reportada, el link de verificación deberá contener los siguientes documentos: 1. Certificado de no tener obligaciones pendientes en el SRI 2. Certificado de no tener obligaciones pendientes en el IESS

INCORPORACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES Y DICTÁMENES EMITIDOS POR PARTE DE LAS ENTIDADES DE LA FUNCIÓN DE TRANSPARENCIA Y CONTROL SOCIAL Y LA PROCURADURÍA GENERAL DEL ESTADO:

En esta matriz se detalla la información sobre el cumplimiento de las recomendaciones y dictámenes emitidos por los organismos competentes hacia el medio de comunicación, detallando datos básicos del informe recibido y su respectivo cumplimiento.

ENTIDAD QUE RECOMIENDA	No. DE INFORME DE LA ENTIDAD QUE RECOMIENDA O EMITE SU PRONUNCIAMIENTO	No. DE DOCUMENTO CON EL CUAL SE DA CUMPLIMIENTO	% DE CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES	OBSERVACIONES	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PÁG. WEB DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN
CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO					El link de verificación con precisión deberá direccionar a: - El informe de recomendaciones de la medio de comunicación de control respectiva. - El informe de implementación de la medio de comunicación que reporta. - En el caso de la Contraloría General del Estado adjuntar el Reporte General de Informes.
SUPERINTENDENCIA de ORDENAMIENTO TERRITORIAL					
DEFENSORÍA DEL PUEBLO					
CONSEJO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y CONTROL SOCIAL					
SUPERINTENDENCIA DE BANCOS					
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, VALORES Y SEGUROS					
SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA					

SUPERINTENDENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES					
SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA					
CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN					
CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN					
PROCURADURÍA GENERAL DEL ESTADO					
CONSEJO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR					