

INFORME DE NECESIDAD

Objeto de Contratación:	Contratación de una agencia de servicios de comunicación publicitaria e informativa – C2 – C3
Código de proceso:	EC-INEC-475753-NC-RFB
Fecha:	02/07/2025

1. ANTECEDENTES:

Mediante resolución No. 015-DIREJ-DIJU-NI-2022 del 25 de abril de 2022, el Director Ejecutivo del Instituto Nacional de Estadística y Censos a la fecha, publicó **EL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL PEI 2022-2025**, mismo que informa en su **Artículo 2.- Ejes Institucionales**: “*el PEI 2022-2025, se direccionará a través de tres ejes técnicos que marcarán nuestro futuro (...), conforme al siguiente detalle: (...) 2. Modernización y mejora de capacidades de la producción estadística. 3. Fomento de la cultura estadística. (...)*”.

Con memorando Nro. INEC-INEC-2024-0942-M, del 23 de diciembre 2024 el Director Ejecutivo a la fecha aprobó el: “*(...) Plan de Dirección de Proyecto "Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador - C3 -Cambio de Base del Sistema de Índices de Precios al Productor (CAB-SIPP) 2025 (...)*”.

Con memorando Nro. INEC-INEC-2024-0952-M, de 23 de diciembre de 2024, el Director Ejecutivo a la fecha aprobó el “*(...) Plan de Dirección de Proyecto "Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador - C6: Aprovechamiento de Registros Administrativos para la Producción Estadística" 2025(...)*”.

Con memorando Nro. INEC-INEC-2024-0968-M, del 29 de diciembre de 2024, el Director Ejecutivo a la fecha aprobó el “*(...) Plan de Dirección de Proyecto Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador-C2: "Nueva Encuesta de Fuerza de Trabajo - ENCIET" 2025 (...)*”.

Con memorando Nro. INEC-INEC-2024-0969-M, del 29 de diciembre 2024, el Director Ejecutivo a la fecha aprobó el “*(...) Plan de Dirección de Proyecto "Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador" componente 1 Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales 2025(...)*”.

Mediante oficio Nro. INEC-DICOS-2025-0001-O, del 30 de enero 2025, la directora de comunicación social solicitó a la Subsecretaria General de Comunicación e Información de Gobierno PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA la aprobación del Plan Estratégico de Comunicación 2025 – INEC.

Con oficio Nro. PR-SSGCG-2025-0030-O, el 6 de febrero 2025 la SUBSECRETARIA GENERAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE GOBIERNO remitió la “*(...) APROBACION del Plan Estratégico de Comunicación (PEC) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) correspondiente al año 2025(...)*”.

Mediante correo electrónico de 04 de junio de 2025, el señor Coordinador del Proyecto – PMU, manifiesta lo siguiente: “Sobre la base de la información proporcionada en el Plan de Adquisiciones (PA) del proyecto, el Banco no tiene objeción a las actividades marcadas como “Aprobada” en el Plan de Adquisiciones. Una vez publicado el Plan de Adquisiciones, usted puede comenzar la implementación de estas actividades.

Memorando Nro. INEC-DIPLA-2025-0573-M con fecha 01 de julio de 2025, la Dirección de Planificación y Gestión Estratégica, socializa la Programación Anual de la Planificación al 30 de junio de 2025”, en la que consta la presente contratación.

2. BASE LEGAL

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

“Art. 226. Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución;

Art. 227.- La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transferencia y evaluación;

Art. 288.- Las compras públicas cumplirán con criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social. Se priorizarán los productos y servicios nacionales, en particular los provenientes de la economía popular y solidaria, y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas”.

LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA

“Art. 3.- Contratos Financiados con Préstamos y Cooperación Internacional.- En las contrataciones que se financien, previo convenio, con fondos provenientes de organismos multilaterales de crédito de los cuales el Ecuador sea miembro, o, en las contrataciones que se financien con fondos reembolsables o no reembolsables provenientes de financiamiento de gobierno a gobierno; u organismos internacionales de cooperación, se observará lo acordado en los respectivos convenios. Lo no previsto en dichos convenios se regirá por las disposiciones de esta Ley.”

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

“Art. 2.- Contratos financiados con préstamos y cooperación internacional.- En la suscripción de los convenios de crédito o de cooperación internacional se procurará la concurrencia de proveedores nacionales.

Las contrataciones previstas en el artículo 3 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública se aplicarán independientemente de que el financiamiento internacional sea total o parcial, siempre que se observen las condiciones previstas en el convenio.

“Art. 10.- Uso de herramientas informáticas.- Las entidades contratantes deben aplicar de manera obligatoria las herramientas informáticas para los siguientes procedimientos: (...)

4. Procedimientos Especiales:

(..) e) Procedimientos financiados con préstamos de organismos internacionales; ;

(...) Para los procedimientos financiados con préstamos de organismos internacionales y procedimientos de contratación en el extranjero se realizará la publicación de la información relevante a través de la herramienta *Publicación del Portal COMPRASPÚBLICAS*.”

NORMATIVA DEL BANCO MUNDIAL

Regulaciones de Adquisiciones para Prestatarios en Proyectos de Inversión, Cuarta edición noviembre 2020

El numeral 1.3, de la Sección I “Introducción”, establece que: “(...) las reglas y los procedimientos específicos de adquisiciones que se apliquen en la ejecución de un proyecto estarán determinados por las circunstancias de cada caso, los Principios Básicos de Adquisiciones (optimización de la relación calidad- precio, economía, integridad, adecuado al propósito, eficiencia, transparencia y equidad) guían de manera general las decisiones del Banco en el marco de estas Regulaciones de Adquisiciones”.

El numeral 2.1 “Aplicabilidad”, de la Sección II “Consideraciones Generales”, establece que: “El Convenio Legal rige la relación jurídica entre el Prestatario y el Banco. Las Regulaciones de Adquisiciones son aplicables a la adquisición de Bienes y la contratación de Obras, Servicios de No-Consultoría y Servicios de Consultoría en las operaciones de financiamiento de proyectos de inversión, tal como se establece en el Convenio Legal. (...)”.

El numeral 3.2 “Prestatario” de los “Roles y Responsabilidades”, de la Sección III “Gobernanza”, establece que: “El Prestatario tiene la responsabilidad de llevar a cabo las actividades de adquisición financiadas por el Banco de conformidad con las presentes Regulaciones”. (...)

NORMATIVA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS

A través de resolución No. 040-DIREJ-DIJU-NI-2022, del 22 de noviembre del 2022, el Director Ejecutivo a la fecha resuelve delegar a la Coordinadora General Administrativa Financiera la autorización, expedición y firma de actos administrativos, actos de simple administración y documentos oficiales que se requieran para el normal desenvolvimiento de la gestión administrativa financiera del Instituto Nacional de Estadística y Censos, dentro de los procesos de contratación en el marco de cooperación con organismos multilaterales.

Mediante resolución Nro. 030-DIREJ-DIJU-NI-2024 del 18 de noviembre de 2024, suscrita por el Director Ejecutivo a la fecha del INEC, expidió la reforma a la Resolución No. 042-DIREJ-DIJU-NI-2022 de 28 de noviembre de 2022, a través de la cual se emitió el “Manual Operativo (MOP) y Procedimientos de Gestión Laboral (PGL), asociados a la ejecución del Proyecto “Fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional del Ecuador”, conforme el siguiente articulado:

“Artículo 1.- Actualícese el Manual Operativo del Proyecto “Fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional del Ecuador”, por la versión 6 de octubre de 2024; mismo que, pasa a formar parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- En todo lo demás, se estará a lo dispuesto en la Resolución Nro. 042-DIREJ-DIJU-NI-2022 de 28 de noviembre de 2022.”

3. MECANISMO DE CONTRATACIÓN SELECCIONADO

El procedimiento seleccionado se lo realizará a través de **Solicitud de Oferta** de conformidad de las Regulaciones en Adquisiciones para Prestatarios del Banco Mundial (Nov 2020) y al Manual Operativo.

4. DETALLE DE LA NECESIDAD DE COMPRA (JUSTIFICACIÓN)

El Plan Estratégico del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC para el período 2022-2025 se enfoca en la "Modernización de la producción estadística" como un pilar fundamental. Dentro de este marco, es fundamental que todas las operaciones estadísticas sean difundidas por los diferentes canales de comunicación con los que cuenta el INEC, con la finalidad de llegar al público objetivo como lo es: academia, expertos, estudiantes, grupos sociales y ciudadanía en general.

En este sentido, resulta necesario contratar una agencia de comunicación especializada que brinde el servicio de difusión en medios radiales, redes sociales y medios digitales, que permita alcanzar de forma comunicacional, diferentes públicos objetivos específicos (personas y audiencias a las que estará destinada la estrategia y sus temáticas), con la finalidad de que estas estrategias comunicacionales sean efectivas y apropiadas.

Los productos realizados por el equipo de la Dirección de Comunicación son una herramienta para que los ciudadanos tengan acceso a la información estadística, además, mejoran la comprensión y la utilidad de los datos, facilitando así el cumplimiento de la misión del Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC en términos de la difusión de información estadística precisa y relevante para la sociedad. También reflejan el compromiso con la modernización, la transparencia y la accesibilidad de la información estadística en beneficio del público en general, a través de los diferentes canales de comunicación como son: radio, redes sociales, medios digitales y activaciones BTL.

La "Contratación de una agencia de servicios de comunicación publicitaria e informativa C2 – C3" es indispensables para el desempeño de la Dirección de Comunicación Social del INEC, ya que, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) es una entidad pública reconocida por el suministro de información en diferentes tópicos: educación, salud, transporte, empleo, población y otros temas, que en conjunto permiten generar las políticas públicas. Las cifras son el resultado de las operaciones estadísticas (encuestas, registros administrativos, entre otros), que se difunden de acuerdo con un calendario estadístico, a través de los diferentes medios de difusión (radio, redes sociales, medios digitales y ferias comunicacionales).

Este enfoque está directamente vinculado a la política de datos abiertos del Ecuador, que busca implementar la apertura de datos en la función ejecutiva. El propósito fundamental de esta política es fortalecer la participación ciudadana, fomentar la transparencia gubernamental, mejorar la eficiencia en la gestión pública, estimular la investigación, el emprendimiento y la innovación en la sociedad.

La capacidad de generar y difundir la información a través de los diferentes canales de comunicación del INEC, no sólo empodera a los usuarios al brindarles acceso a datos específicos, sino que también se alinea estrechamente con los principios fundamentales de la política de datos abiertos. Al facilitar el acceso a la información generada por el INEC, se impulsa la participación ciudadana al permitir que los usuarios exploren y comprendan los datos de manera más efectiva. Además, este enfoque contribuye a una gestión gubernamental más transparente al poner a disposición información detallada y fácilmente accesible.

5. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A RECIBIR

El servicio contratado debe ser de conformidad con las características que se detallan en el siguiente cuadro:

Ítem	Descripción	Cantidad mínima por el proceso	Características
1	Pauta Radial	Transmitir al menos: 670 cuñas en Radio nacional 1200 cuñas en Radios locales 4500 cuñas Radios comunitarias	Difusión de contenidos en emisoras radiales nacionales, locales y comunitarias, según la necesidad institucional. Características: - Selección de emisoras nacionales, locales y comunitarias según la necesidad institucional en cobertura geográfica. - Pautaje en horarios rotativos de lunes a domingo. - Difusión de productos comunicacionales con un duración de 30 segundos aproximadamente. - Monitoreo de la transmisión y evaluación del impacto. - Reporte de monitoreo de la transmisión y evaluación del impacto.
2	Pauta Digital (Redes Sociales y Medios Digitales)	Meta (Facebook – Instagram) Al menos: 14 reels, Al menos: 14 carruseles, Al menos: 14 post, Al menos: 100 historias. TikTok Al menos: 14 videos X Al menos: 36 publicaciones informativas Al menos: 3 campañas promocionadas. Medios digitales Al menos: 3 publireportajes, Al menos: 3 banner rotativos. Google Ads Al menos: 6 campañas (Search + Display) YouTube Ads Al menos: 3 videos (15-30 seg).	Difusión de campañas en redes sociales y medios digitales para aumentar el alcance, la interacción ciudadana y la visibilidad institucional. Características: • Redes Sociales: Meta (Facebook, Instagram): Segmentación por ubicación, intereses y características del público objetivo, uso de formatos como reels, carruseles, anuncios patrocinados, entre otros según la necesidad institucional. TikTok: uso de hashtags estratégicos. X: Publicaciones informativas, anuncios patrocinados, gestión de tendencias. • Medios Digitales Relevantes en Ecuador: Portales de noticias nacionales y regionales Por ejemplo: El Comercio, El Universo, Primicias, Ecuavisa, La Hora, etc. • Plataformas de alto tráfico: YouTube y Google Ads. • Reportes de desempeño y análisis de métricas (alcance, impresiones, CTR y engagement). La presente contratación podrá tener modificaciones en las piezas comunicacionales pautadas con autorización del administrador del contrato y según la necesidad institucional.
3	Activaciones BTL	4	Conceptualización de la activación de acuerdo a la necesidad de la institución. Ficha logística de apoyo para el personal de comunicación y autoridades de la institución. Propuesta de montaje de evento con render para la colocación de equipos. 4 activaciones en diferentes ciudades del Ecuador, según la necesidad institucional. Aforo: mínimo 100 personas en cada activación. Logística: personal, materiales promocionales. Circuito Cerrado de TV y mínimos para transmisión. - Al menos: 2 cámaras HD + transmisión por redes sociales. - Al menos: Se proveerá de mínimos de procesador de video full HD 1K. - Al menos: Portátil para envío de contenido de transmisión. - Al menos: Consola de transmisión de video y sonido. - Al menos: Micrófonos inalámbricos. Kit comunicacional por evento Deben contener: Personalización de kit institucional. 100 Cambrelas con logo 100 esferos brandeados 100 blocks de notas con marca institucional. 100 carpetas 63 porta celulares plásticos Procesos Logísticos Deben contener: Coordinación de avanzada de puntos de eventos. Desarrollo de productos comunicacionales con imagen institucional
NOTA: La realización de las piezas comunicacionales estará a cargo del INEC. La planificación podrá tener modificaciones con autorización del administrador del contrato y según la necesidad institucional.			

6. ANÁLISIS

6.1 Beneficio

La acción diaria de la Dirección de Comunicación Social permite que cientos de personas al día conozcan sobre el trabajo que desarrolla el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC.

Como ya se ha mencionado existe la necesidad de contratar una Agencia que difunda una estrategia de Pautaje radial, digital, en redes sociales y activaciones BTL con el fin de que coordine acciones utilizando mecanismos mismos que a través de una campaña orgánica no se lo puede realizar.

Consideramos desde la Dirección de Comunicación Social que el acompañamiento de una Agencia de difusión facilitará llegar a nuevos públicos y permitirá así que el mayor número de ecuatorianos posibles, tengan conocimiento de los beneficios de los productos que ejecuta el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC, en el ejercicio de sus funciones.

El objetivo de la Dirección de Comunicación Social es llegar a la mayor cantidad de personas mediante estrategias de difusión que nos permitan alcanzar al público objetivo deseado y éstas a su vez tengan pleno conocimiento sobre los servicios que ofrece el INEC.

La Contratación de una agencia de servicios de comunicación publicitaria e informativa – C2 – C3 es fundamental para la difusión y visibilidad del proyecto de “Robustecimiento de la Producción Estadística en el Ecuador”.

Los medios radiales: Tienen una amplia cobertura, permitiendo llegar a más ciudadanos y a públicos objetivos. Este medio de comunicación tiene la versatilidad de llegar a rincones con nula o escasa cobertura de la red de internet. Generan mayor confianza y credibilidad en los ciudadanos.

Los medios digitales: Tienen un alto grado de efectividad, llegan directamente a un segmento o público objetivo, además, su comunicación es bidireccional lo que permite feedback entre el emisor y receptor, nuestro público puede comunicarse fácilmente con la institución a través de correo electrónico, redes sociales, entre otros canales establecidos por la institución contratante.

Tiene una amplia versatilidad en la georreferenciación permitiendo alcanzar varios usuarios ubicados en distintos lugares.

Activaciones BTL: Las actividades a desarrollarse en espacios específicos de socialización permitirá que los grupos específicos (sector público, privado, empresarial, academia, sociedad civil, entre otros) conozcan la metodología de trabajo y los resultados que el INEC produce y sus beneficios para el país.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos, cuenta con operaciones en territorio y ofrece datos que tienen una demanda en la ciudadanía, es importante que, a través de estrategias de comunicación y su ejecución en medios digitales y radio, se pueda lograr difundir información importante de la institución, esto permitirá que los usuarios puedan acceder sin dificultad y de una forma más oportuna y ágil a los mismos.

7.2 Eficiencia o efectividad

La contratación de una agencia de comunicación especializada garantiza una ejecución estratégica y eficiente de las campañas institucionales, optimizando recursos y maximizando el alcance de los mensajes. Al contar con pauta y análisis de datos, se asegura una mayor efectividad en la difusión de información clave del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Las agencias disponen de herramientas que permiten segmentar audiencias específicas, y evaluar en tiempo real el impacto de cada campaña. Además, su experiencia en la gestión de medios tradicionales y digitales contribuye a segmentación que crea mayor compromiso y fortalecen la imagen institucional.

El apoyo de una agencia también permite al INEC optimizar tiempos de producción y gestión de contenido, agilizando la comunicación en situaciones clave, como campañas nacionales o difusión de datos estadísticos relevantes. Asimismo, garantiza un manejo técnico adecuado de las plataformas publicitarias, mejorando el retorno de inversión y asegurando un enfoque estratégico alineado a los objetivos institucionales.

7. CONCLUSIÓN:

La contratación de una agencia de comunicación representa una oportunidad para fortalecer la presencia institucional del INEC, permitiendo una comunicación más eficiente, estratégica y con mayor alcance. La experiencia y especialización de una agencia proporcionan las herramientas necesarias para ejecutar campañas efectivas en medios digitales y radiales, optimizando recursos y garantizando una mayor visibilidad de los datos y servicios ofrecidos por la institución.

Asimismo, contar con apoyo externo libera carga operativa interna, permitiendo que los equipos institucionales se concentren en sus funciones principales, mientras expertos en comunicación diseñan y ejecutan estrategias de alto impacto. La combinación de medios tradicionales y digitales asegura una cobertura integral, llegando a diversos segmentos de la ciudadanía y fortaleciendo la confianza en la información oficial difundida por el INEC.

8. RECOMENDACIÓN:

En virtud de lo expuesto, se recomienda la “Contratación de una agencia de servicios de comunicación publicitaria e informativa - C2 – C3”, con el fin de Implementar campañas mixtas que combinen medios digitales y tradicionales, garantizando una cobertura amplia y efectiva que llegue a diversos públicos, incluyendo sectores con menor acceso a medios digitales.

Priorizar la segmentación y análisis de audiencias para optimizar el alcance y la efectividad de las campañas, utilizando herramientas de geo-referenciación y análisis de datos.

Establecer indicadores de rendimiento (KPIs) que permitan evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes en tiempo real para maximizar resultados.

	Nombre:	Cargo:	Firma:
Elaborado por:	Silvia Elizabeth Estrella Revelo C.I. 1714474101	Miembro de Equipo, Dirección de Comunicación Social	
Revisado por:	Dayra del Cisne Saraguro Gallegos C.I.: 1104593643	Responsable del Cambio de Base del Sistema de Índices de Precios al Productor	
Revisado por:	Karol Anabel Erazo Rodríguez C.I.: 1723438956	Responsable Nacional de la Nueva Encuesta de Fuerza de Trabajo - ENCIET	
Revisado por:	Edwin Patricio Rivas Villalba C.I.: 0501174775	Responsable ENIGHUR / Encuesta Post Censal	
Revisado por:	Giorgia Nohelia Congacha Ortega C.I.: 0603734385	Miembro de equipo, de Gestión de Planificación y Metodologías de Registros Administrativos	
Aprobado por:	María Dolores Zambrano Calvache C.I. 1714748835	Directora de Comunicación Social	
Aprobado por:	Diana Carolina Barco Veliz C.I.: 1204498966	Directora de Estadísticas Económicas	
Aprobado por:	Diego Paúl Benavides Mosquera C.I.: 1713015459	Director de Registros Administrativos	
Aprobado por:	Roxana Piedad Villalva Jara C.I.: 0919414680	Directora de Estadísticas Sociodemográficas	