

### TÉRMINOS DE REFERENCIA

<b>Objeto de Contratación:</b>	Contratación de una agencia de servicios de comunicación publicitaria e informativa C2 – C3
<b>Código del proceso:</b>	EC-INEC-475753-NC-RFB
<b>Método de Selección:</b>	Solicitud de oferta
<b>Fecha:</b>	02 /07/ 2025

#### A. DATOS GENERALES

DESCRIPCIÓN DEL ITEM	CANTIDAD MINIMA POR EL PROCESO	VALOR UNITARIO	TOTAL
Pauta Radial El secundaje de cada servicio será de 30 segundos	Al menos 670 cuñas en Radio nacional.	16.490,93	\$36.000,93
	Al menos 1200 cuñas en Radios locales	11.200,00	
	Al menos 4500 cuñas Radios comunitarias	8.310,00	
Pauta Digital (Redes Sociales y Medios Digitales)	Al menos <b>Meta (Facebook – Instagram):</b> 14 reels, 14 carruseles, 14 post, 100 historias. Al menos <b>TikTok:</b> 14 videos Al menos <b>X:</b> 36 publicaciones informativas; 3 campañas promocionadas. <b>Medios digitales</b> Al menos 3 publireportajes, al menos 3 banner rotativos. <b>Google Ads</b> Al menos 6 campañas (Search + Display) <b>YouTube Ads</b> Al menos 3 videos (15-30 seg).	\$33.499,07	\$33.499,07
Activaciones BTL	<b>Círculo Cerrado de TV y mínimos para transmisión.</b> - 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. <b>Kit comunicacional por evento</b> 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 <b>Procesos Logísticos</b> Deben contener: Coordinación de avanzada de puntos de eventos. Desarrollo de productos comunicacionales con imagen institucional	\$6.750,00	\$27.000,00
<b>TOTAL</b>			\$96.500,00

**Nota:** Los valores serán pagados de forma mensual, de manera proporcional conforme al servicio efectivamente recibido. De acuerdo a la lista de precios del proveedor, sin que sobrepase el precio unitario del presupuesto referencial.

**1. Plazo de Ejecución:** 90 días calendario.

- ✓ **Ejecución del contrato inicia en:** Desde el día siguiente de la suscripción del contrato.

**2. Vigencia de la Oferta:** 120 días calendario

**3. Forma y cronograma de entregas:** Parcial.

**4. Formas de Pago:**

Los pagos se realizarán de forma mensual, de manera proporcional conforme al servicio efectivamente recibido y con la siguiente documentación:

- ✓ Informe del Contratista en el que detalle la pauta (radio, redes sociales y medios digitales) ejecutada según planificación aprobada por el Administrador del Contrato, en caso de aplicar.
- ✓ En un medio magnético de almacenamiento las grabaciones de los productos multimedia difundidos (spots y/o cuñas) en los medios radiales, publicaciones realizadas en redes sociales y medios digitales; y verificables de las activaciones BTL, cuando se realicen.
- ✓ Reportes de desempeño y análisis de métricas, en caso de aplicar.
- ✓ Informe de realización de las activaciones firmado por el Administrador del Contrato y el/la representante de la Agencia, en caso de aplicar.
- ✓ Reporte de transmisión del medio que valide la pauta realizada en radio, mismo que deberá estar sellado por el medio y recibido por la agencia, en caso de aplicar.
- ✓ Certificados emitidos por los medios de comunicación radiales en los que se difundió los productos comunicacionales objeto de la presente contratación, en caso de aplicar.
- ✓ La planificación mensual para desarrollar el Pautaje.
- ✓ Acta - Entrega Recepción parcial o definitiva, según corresponda.
- ✓ Factura de la agencia.
- ✓ RUC de la agencia (Para el primer pago).
- ✓ Certificado bancario (Para el primer pago).

Los documentos detallados se presentarán según cada caso y según el detalle de los servicios que se hayan recibido.

**5. Garantía de Fiel Cumplimiento**

El proveedor adjudicado deberá presentar una garantía de fiel cumplimiento por el 5% del valor del contrato, siempre que la cuantía del contrato sea igual o mayor a USD \$72.126,03, previo a la suscripción del contrato.

**6. Tipo de presupuesto:** Inversión

**Código del proceso:** EC-INEC-475753-NC-RFB

**Descripción del proyecto de inversión:** Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador.

**CUP No.** 31210000.0000.388017

**B. REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN**

**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. Objetivos:

### 2.1 General

Difundir de contenido en medios radiales con cobertura nacional, provincial y/o comunitaria; en medios de comunicación digitales, redes sociales y activaciones BTL para promocionar e informar de la acción institucional que realiza el Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC, asegurando que la ciudadanía conozca la información estadística que produce la institución y que son de libre acceso, puesto que el trabajo que desarrollamos es un instrumento clave en la formulación de políticas públicas y toma de decisiones para la sociedad, tanto en el sector público y privado.

### 2.2 Específicos

Mantener informada a la colectividad sobre la ejecución de las operaciones estadísticas y más información de las actividades que realiza el INEC, a través de los diferentes canales de comunicación.

Diseñar e implementar una estrategia eficiente y específica para medios de comunicación radiales, digitales, medios digitales, activaciones BTL para promocionar las actividades que realiza el INEC a través de la agencia de comunicación.

### 3. Alcance:

La contratación incluirá la difusión de productos alineados con estrategias de comunicación dirigidas a entidades públicas y privadas, la academia, grupos prioritarios y la ciudadanía en general, con el propósito de informar sobre la metodología, procesos operativos y resultados de las estadísticas producidas por el INEC. Para ello, la agencia deberá gestionar la difusión a través de Redes Sociales (YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, X y las que el administrador del contrato crea convenientes para la institución), medios digitales y radio nacional, local, y comunitaria, asegurando un enfoque inclusivo, accesible y alineado con las directrices institucionales de comunicación.

### 4. Metodología de Trabajo:

La ejecución de los servicios previos a su puesta en marcha tendrá un proceso de revisión y ajuste, hasta la aprobación del administrador del contrato.

La entrega del servicio se realizará en consideración al siguiente detalle:

- ✓ El contratista se reunirá con el administrador de contrato al día siguiente de la suscripción del mismo para definir la planificación del primer mes de pauta en radio, redes sociales y medios digitales, mes que se contemplará desde el día siguiente de la suscripción del contrato, misma que tendrá que ser entregada en un plazo de tres (3) días. El administrador tendrá un (1) día plazo para envío de observaciones (el contratista debe subsanarlas al día siguiente), o aprobación, para que proceda con la ejecución conforme a lo planificado.
  - ❖ **Pauta Radial y Pauta Digital (Redes sociales, Medios Digitales):** El contratista deberá ejecutar la pauta durante el periodo del contrato, de acuerdo a la planificación aprobada, misma que puede ser cambiado de acuerdo a la necesidad institucional, previa autorización del administrador del contrato.

Ocho días plazo antes de que termine el mes, el proveedor enviará al administrador del contrato la planificación del mes posterior para su aprobación y dentro de este plazo el INEC hará la entrega de los productos a ser difundidos.
  - ❖ **Activaciones BTL:** El contratista deberá ejecutar 4 activaciones que pueden ser en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y/o en otras ciudades del país, las locaciones serán gestionadas por el INEC en coordinación con el administrador del contrato con un tiempo estimado de 10 días plazo de anticipación cuando sean en Guayaquil, Cuenca, u otras ciudades del país y 5 días plazo cuando sea en Quito, de acuerdo a la necesidad institucional. La cantidad de los kits comunicacionales serán distribuidos en las cuatro activaciones.
- ✓ El proveedor deberá disponer un canal de comunicación con modalidad 24/7 durante el plazo de ejecución, para esto deberá designar un ejecutivo/a de cuenta, mismo que estará en contacto directo con el Administrador de Contrato según lo requiera.
- ✓ En caso de ausencia temporal del director de cuenta, el contratista deberá asignar un director suplente que cumpla con el mismo perfil y obligaciones.

## 5. Información que dispone la Entidad:

El Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, proveerá a la agencia los productos multimedia (cuñas, diseños, entre otros), que deben ser difundidos y/o transmitidos por los diferentes canales de comunicación según se indique en la planificación aprobada.

La planificación podrá tener modificaciones según la necesidad institucional.

## 6. Servicio esperado:

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. <b>Características:</b> - 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)	<b>Meta (Facebook – Instagram)</b> Al menos: 14 reels, Al menos: 14 carruseles, Al menos: 14 post, Al menos: 100 historias. <b>TikTok</b> Al menos: 14 videos <b>X</b> Al menos: 36 publicaciones informativas Al menos: 3 campañas promocionadas. <b>Medios digitales</b> Al menos: 3 publireportajes, Al menos: 3 banner rotativos. <b>Google Ads</b> Al menos: 6 campañas (Search + Display) <b>YouTube Ads</b> 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. <b>Características:</b> • <b>Redes Sociales:</b> <b>Meta (Facebook, Instagram):</b> Segmentación por ubicación, intereses y características del público objetivo, uso de formatos como reels, carruseles, anuncios patrocinados, entre otros según la necesidad institucional. <b>TikTok:</b> uso de hashtags estratégicos. <b>X:</b> Publicaciones informativas, anuncios patrocinados, gestión de tendencias. • <b>Medios Digitales Relevantes en Ecuador:</b> Portales de noticias nacionales y regionales Por ejemplo: El Comercio, El Universo, Primicias, Ecuavisa, La Hora, etc. • <b>Plataformas de alto tráfico:</b> YouTube y Google Ads. • <b>Reportes de desempeño y análisis de métricas</b> (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. <b>Circuito Cerrado de TV y mínimos para transmisión.</b> - 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. <b>Kit comunicacional por evento</b> 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 <b>Procesos Logísticos</b> 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.

Para cumplir con la presente contratación se requiere que la agencia cuente con el siguiente personal, que deberán cumplir a su vez las actividades que se detallan:

**1 Director de cuenta:**

- ✓ Mantiene dirección directa con el administrador del contrato para la aprobación de productos establecidos en el contrato.
- ✓ Desarrolla la estrategia de comunicación y plan de medios del proceso del contratado.
- ✓ Supervisa la ejecución integral del proyecto, asegurando el cumplimiento de los Términos de Referencia y los objetivos de la institución contratante.
- ✓ Valida junto al administrador del contrato la estrategia de comunicación, cronogramas e informes de avance (Ej: pauta radial, digital y BTL).
- ✓ Gestiona modificaciones al contrato (Ej. Ajustes de activaciones BTL o pauta digital), con autorización del administrador del contrato.

**1 Ejecutivo de cuenta:**

- ✓ Ejecuta las actividades diarias según la planificación (Ej. Coordinación de cuñas radiales, publicaciones en redes sociales).
- ✓ Coordina y desarrolla cronograma e informes de fechas claves de entrega de informes, pauta y activaciones.
- ✓ Gestiona la logística con las radios, plataformas digitales y equipos para eventos.
- ✓ Gestiona informes semanales / mensuales de alcance.

**1 Planificador de medios:**

- ✓ Optimiza la distribución del presupuesto en radios (nacionales/locales/comunitarias), redes sociales y Google Ads.
- ✓ Contacto con medios según cobertura e informes de pauta.
- ✓ Genera informes de análisis para publireportajes.
- ✓ Planifica horarios de pauta radial (en horario rotativo) y fechas de campañas digitales.
- ✓ Mide impacto (Ej. Reproducciones de reels, alcance de cuñas) y ajusta la estrategia.

**C. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

**Evaluación de criterios mínimos pasa/no pasa**

<b>PARAMETRO</b>	<b>PASA</b>	<b>NO PASA</b>
Presentación de Formularios		
Capacidad Financiera		
Experiencia específica		
Cumplimiento de Términos de referencia		
Personal Técnico		
Experiencia Personal Técnico		

**1. Presentación de Formularios**

Presentación de formularios y demás documentos detallados en la solicitud de oferta (SDO).

**2. Capacidad financiera:**

Declaraciones del Impuesto a la Renta debidamente presentados al Servicio de Rentas Internas de los últimos 3 años en donde se evidencia que tuvieron ventas por el doble del presupuesto referencial (valor que no incluye IVA).

**3. Experiencia Específica:**

Dentro de los últimos 5 años los oferentes deberán presentar mínimo dos copias de contratos y/o actas entregas recepción y/o certificados que acrediten experiencia en venta o provisión de servicios relacionadas

con el objeto de contratación, y que sea de mínimo el 50% del presupuesto referencial (valor que no incluye IVA).

En el caso de que presente más de una copia de acta entrega recepción definitiva y/o factura sumadas entre sí deberán de mínimo el 50% del presupuesto referencial (valor que no incluye IVA)

#### 4. Términos de Referencia

Los oferentes deberán presentar su oferta con todas las características técnicas detallado en los términos de referencia.

#### 5. Personal técnico mínimo:

Nro.	Función	Personal requerido	Nivel de estudio	Titulación académica	Fuente o medio de verificación
1	Director/a de cuenta	1	Tercer Nivel	Comunicación Social, Publicidad, Marketing, Relaciones Públicas, Ingeniería Comercial.	Copia de la impresión de la página web de la SENESCYT donde conste el título o del título.
2	Ejecutivo/a de Cuentas o su equivalente	1	Tercer Nivel	Comunicación Social, Publicidad, Marketing, Relaciones Públicas, Ingeniería Comercial	Copia de la impresión de la página web de la SENESCYT donde conste el título o del título.
3	Planificador de medios	1	Tercer Nivel	Comunicación Social, Publicidad, Marketing, Relaciones Públicas, Ingeniería Comercial	Copia de la impresión de la página web de la SENESCYT donde conste el título o del título.

#### 6. Experiencia Mínima del Personal Técnico:

FUNCIÓN	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Director de cuenta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dentro de los últimos 5 años deberá acreditar mínimo 3 años en trabajos relacionados con la dirección y/o supervisión del desarrollo de proyectos comunicacionales, para lo cual deberá presentar mínimo un certificado u otro documento que acredite la experiencia requerida.</li> </ul>
Planificador/a de medios	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dentro de los últimos 5 años deberá acreditar mínimo 3 años en trabajos relacionados con la ejecución o difusión de campañas comunicacionales en medios, para lo cual deberá presentar mínimo un certificado u otro documento que acredite la experiencia requerida</li> </ul>
Ejecutivo/a de Cuentas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dentro de los últimos 5 años deberá acreditar mínimo 3 años en trabajos relacionados con el objeto de contratación como ejecutivo/a de Cuentas, para lo cual deberá presentar mínimo un certificado u otro documento que acredite la experiencia requerida</li> </ul>

En el caso de que presente certificado laboral no se aceptará que éste sea suscrito por la misma persona de la cual se avala su experiencia, en ese caso deberá ser firmado por talento humano o quien haga sus veces.

**7. Evaluación del precio más bajo:**

Una vez que se determine los proveedores que “Pasan”, se procederá a la evaluación del precio más bajo para determinar el ganador.

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