

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Objeto de Contratación: Contratación de una agencia de comunicación publicitaria e informativa - ENVIGMU

Código del proceso: EC-INEC-516956-NC-RFQ

Método de Selección: Cotización

Fecha: 27/11/ 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 300 cuñas en Radio nacional.	7.633,00	16.813,00
	Al menos 600 cuñas en Radios locales	5.516,00	
	Al menos 1200 cuñas Radios comunitarias	3.664,00	
Pauta Digital (Redes Sociales y Medios Digitales)	Al menos Meta (Facebook – Instagram): 6 reels, 6 carruseles, 6 post, 50 historias. Al menos TikTok: 6 videos Al menos X: 21 publicaciones informativas; 3 publicaciones promocionadas. Medios digitales Al menos 3 publireportajes, al menos 3 banner rotativos. Google Ads Al menos 3 publicaciones (Search + Display) YouTube Ads Al menos 3 videos (15-30 seg).	17.333,33	17.333,33
Activaciones BTL	4 Deben contener: Coordinación de avanzada de puntos de eventos. Apoyo en la búsqueda del lugar. Apoyo en el desarrollo de productos comunicacionales con imagen institucional	8.866,67	8.866,67
Kits Comunicacionales	Deben contener: Personalización de kit institucional. 400 Cambrelas con logo 400 esferos brandeados 400 blocks de notas 400 monederos 400 espejos con cepillo de cartera	2.984,33	2.984,33
TOTAL			45.997,33

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: 7 meses.

✓ **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. Tipo de presupuesto: Inversión

Código del proceso: EC-INEC-516956-NC-RFQ

Descripción del proyecto de inversión: Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres - ENVIGMU.

CUP No. 3121.0000.0000.389651

B. REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN

1. Antecedentes:

El Instituto Nacional de Estadística y Censos -INEC, tiene como misión “Coordinar, normar y evaluar la producción de la información estadística oficial proveniente del Sistema Estadístico Nacional, mediante la planificación, ejecución y análisis de operaciones estadísticas oportunas y confiables, así como de la generación de estudios especializados que contribuyan a la toma de decisiones públicas y privadas y a la planificación nacional”.

A finales del 2011, se realizó por primera vez en Ecuador la Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres, su concreción fue posible gracias a que ésta fue colocada como una necesidad prioritaria dentro del Plan Nacional de Erradicación de la Violencia de Género (2007) e incorporada como meta en el Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013; y al esfuerzo conjunto de varias instituciones estatales: el Ministerio del Interior, el Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC y el Consejo Nacional para la Igualdad de Género-(CNIG), constituyéndose el Ecuador como el segundo país de la región después de México en contar con una encuesta oficial sobre este problema social. (Camacho, 2014).

Los resultados de esta primera encuesta proporcionaron al país un importante insumo sobre la violencia contra las mujeres, en sus distintas manifestaciones y se convirtió en una de las principales fuentes de información sobre lo que ocurre en el país respecto a la violencia contra las mujeres. De hecho, continúa siendo una fuente de información que ha retratado la realidad, y que, por su difusión y uso, han evidenciado la necesidad y la importancia de contar con herramientas de registro de datos para encaminar acciones hacia la erradicación de las violencias contra las mujeres.

Por ello el Ministerio de Justicia Derechos Humanos y Cultos y el Instituto Nacional de Estadística y Censos, dentro del ámbito de sus competencias y como parte de la Comisión Interinstitucional de Estadísticas de Género, conscientes de la necesidad de contar con información estadística actualizada y oportuna sobre la violencia que viven las mujeres en el país firman un convenio interinstitucional el 09 de abril de 2018, para la realización de la segunda Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las mujeres, la misma que se ejecutó del 01 de julio al 31 de agosto de 2019. Esta segunda respondía a las obligaciones asignadas al INEC en la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia de Género contra las Mujeres, que establece en el “Art. 32.- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, literal b) Realizar encuestas especializadas en violencia a nivel nacional que aporten al Registro Único de Violencia contra las Mujeres, de conformidad con el Plan Nacional de Estadística”.

Esta encuesta también constituye la principal fuente de información para indicadores del Plan Nacional de Desarrollo para un Nuevo Ecuador y de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, relacionados con la violencia de Género.

Mediante memorando Nro. INEC-INEC-2025-0007-M, de 9 de enero de 2025, la Dirección Ejecutiva menciona lo siguiente: “(...) se procede a autorizar la reforma al Plan Operativo Anual (Programación Anual de la Planificación) para el año 2025 (...)”.

Mediante oficio Nro. MEF-SP-2025-0614-O, de 28 de mayo del 2025 la Subsecretaría de Presupuesto del Ministerio de Finanzas, emite disponibilidad presupuestaria para gestionar el dictamen de prioridad del proyecto: Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres - ENVIGMU, inclusión en PAI 2025 e incremento de recursos para el proyecto ENVIGMU.

Mediante oficio INEC-DICOS-2025-0003-O de 28 de mayo de 2025, la Dirección de Comunicación Social del INEC, solicita a la Subsecretaría General de Comunicación e Información de Gobierno - PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA el “Aval del Plan Estratégico de Comunicación – Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres â ENVIGMU 2025”.

Mediante oficio PR-SSGCG-2025-0122-O de 28 de mayo de 2025, la Subsecretaría General de Comunicación e Información de Gobierno entregó la “Emisión de aval de las acciones comunicacionales del Proyecto de Inversión "Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres â ENVIGMU" del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Mediante oficio Nro. SNP-SNP-SGP-2025-0173-O de 29 de junio de 2025, la Subsecretaría General de Planificación remite “De conformidad al Informe Técnico de dictamen de prioridad No. 0103 (anexo 13), elaborado y revisado por la Dirección de Planificación de la Inversión y validado por la Subsecretaría Planificación Nacional de esta cartera de Estado, emite dictamen de prioridad (...)”.

Mediante oficio Nro. SNP-SGP-SPN-2025-0571-OF de 08 de julio de 2025, la Subsecretaría de Planificación Nacional indica “(...) la Secretaría Nacional de Planificación emite dictamen favorable a la modificación presupuestaria inclusión e incremento de recursos condicionada a la disponibilidad presupuestaria y asignación de fuente de financiamiento (...)”.

Mediante memorando Nro. INEC-CGAF-2025-1378-M de 29 de julio de 2025, la Coordinación General Administrativa Financiera informa el incremento presupuestario en gasto de inversión del proyecto - ENVIGMU, según modificación presupuestaria AMP CO2 No. 084.

Mediante memorando Nro. INEC-INEC-2025-0746-M de fecha 08 de agosto del 2025, la Dirección Ejecutiva aprueba el Plan de Dirección de Proyecto: "Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las mujeres - ENVIGMU" 2025.

Mediante oficio MEF-SP-2025-1318-O del 13 de octubre 2025 la subsecretaría de presupuesto emite el "Pronunciamiento de disponibilidad de recursos para certificación plurianual del Proyecto "Encuesta Nacional sobre Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres- ENVIGMU" con CUP: 31210000.0000.389651".

Mediante oficio PR-SSGDP-2025-0039-O del 30 de octubre 2025, la Subsecretaría General de Planificación remite la "Reprogramación del cronograma valorado dentro del plazo de prioridad del proyecto "ENCUESTA NACIONAL DE RELACIONES FAMILIARES Y VIOLENCIA DE GENERO CONTRA LAS MUJERES - ENVIGMU" con CUP 31210000.0000.389651 – INEC".

Mediante Oficio INEC-INEC-2025-0801-O, del 06 de noviembre 2025, la Dirección Ejecutiva solicita al Subsecretario de Planificación el "Dictamen favorable previo a la emisión de la certificación presupuestaria plurianual del proyecto: "Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres ENVIGMU" con CUP: 31210000.0000.389651"

Mediante memorando Nro. INEC-DIPLA-2025-1073-M de fecha 17 de noviembre del 2025 se Socializa de la Programación Anual de la Planificación al 15 de noviembre de 2025; en el cual consta la Contratación de una agencia de comunicación publicitaria e informativa – ENVIGMU.

Mediante Oficio PR-SSDP-2025-0308-O del 18 de noviembre 2025, el subsecretario de planificación emite el "Dictamen favorable previo a la emisión de la Certificación Presupuestaria Plurianual - Instituto Nacional de Estadística y Censos - Oficio Nro. INEC-INEC-2025-0801-O"

Mediante Memorando INEC-DIPLA-2025-1076-M del 18 de noviembre 2025, la Dirección de Planificación y Gestión Estratégica remite el "TRASLADO: Dictamen favorable a la Certificación Presupuestaria Plurianual - Oficio Nro.INEC-INEC-2025-0801-O proyecto Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres â ENVIGMU" con CUP 31210000.0000.389651".

Mediante correo electrónico del 26 de noviembre, se solicita al Banco Mundial el STEP y la Aprobación del Plan de Adquisiciones.

Mediante correo electrónico del 26 de noviembre, Banco Mundial remite la verificación STEP.

Mediante correo electrónico del 27 de noviembre, banco mundial remite la No objeción al Plan de Adquisiciones enviado por INEC para Ecuador - P178564 - Strengthening the National Statistical System in Ecuador Project.

La violencia contra las mujeres es quizás la más extendida y socialmente tolerada de todas las violaciones a los derechos humanos. Refleja y refuerza las desigualdades entre hombres y mujeres y compromete la salud, la dignidad, la seguridad y la autonomía de sus víctimas (Camacho, 2014).

El INEC en su esfuerzo por contar con información actualizada sobre la violencia de género contra las mujeres; y considerando que tiene como línea de base las encuestas de 2011 y 2019, se enmarca en la gestión de financiar una nueva Encuesta de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las

Mujeres en el año 2025, para de esta manera también alinearse al cumplimiento de la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia de Género- LOIPEVG.

Es importante contar con información actualizada sobre la violencia de género contra las mujeres, a fin de que sirva de base para el diseño de políticas públicas y programas que permitan controlar estos problemas y, si es posible, reducirlos a niveles mínimos. En la actualidad es preciso evaluar nuevamente la problemática de violencia de género contra las mujeres; por lo que, se requiere una nueva recolección de datos que permita identificar la evolución de esta problemática que aborda la investigación. Es necesidad del Estado Ecuatoriano contar con información actualizada que permita evaluar las políticas asociadas a la erradicación de todo tipo de violencia de género contra las mujeres y cumplir con lo estipulado en la LOIPEVG de efectuar esta encuesta acorde a la periodicidad establecida por el INEC (Quinquenal).

La LOIPEVG, que establece en el “Art. 32.- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Sin perjuicio de las facultades establecidas en la respectiva normativa vigente, tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Levantar y proveer de información estadística al Registro Único de Violencia contra las Mujeres de acuerdo a los lineamientos y normativa emitidos por el ente rector de Sistema;
- b) Realizar encuestas especializadas en violencia a nivel nacional que aporten al Registro Único de Violencia contra las Mujeres, de conformidad con el Plan Nacional de Estadística;
- c) Las demás que establezca la normativa vigente.”

El Programa Nacional de Estadística, establece que la Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres - ENVIGMU tiene una periodicidad de ejecución quinquenal, siempre sujeta a la disponibilidad de recursos financieros.

El INEC ha planificado ejecutar la recolección de datos de la encuesta ENVIGMU en campo durante 3 meses de trabajo; para ello requerirá de la contratación de encuestadoras, supervisoras, revisores de calidad y personal técnico para poder viabilizar la ejecución de la encuesta. Pretende además, investigar 23.160 viviendas a nivel nacional donde se seleccionará una mujer desde los 15 años en adelante para completar el cuestionario.

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 sobre 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, redes sociales, 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 hogares, entidades públicas y privadas, la academia, grupos prioritarios y 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.
- ✓ La pauta radial tendrá una duración de 3 meses, según la planificación aprobada por el administrador del contrato.
- ✓ La pauta digital tendrá una duración de 5 meses, según la planificación aprobada por el administrador del contrato.
- ✓ Las activaciones se desarrollarán según la necesidad institucional, acordando fechas y lugares con la aprobación del administrador del contrato.
- ✓ Los kits comunicacionales deberán ser entregados previa aprobación del administrador del contrato según acuerdo y cronograma establecido.
- ✓ 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: 300 cuñas en Radio nacional 600 cuñas en Radios locales 1200 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)	Al menos Meta (Facebook – Instagram) : 6 reels, 6 carruseles, 6 post, 50 historias. Al menos TikTok : 6 videos Al menos X : 21 publicaciones informativas; 3 publicaciones promocionadas. Medios digitales Al menos 3 publireportajes, al menos 3 banner rotativos. Google Ads Al menos 3 publicaciones (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	Procesos Logísticos Deben contener: Coordinación de avanzada de puntos de eventos. Apoyo en la búsqueda del lugar. Apoyo en el desarrollo de productos comunicacionales con imagen institucional
4	Kits comunicacionales	400 Cambrelas con logo 400 esferos brandeados 400 blocks de notas 400 monederos 400 espejos con cepillo de cartera	Cambrelas de 42 cm de alto x 30 cm de ancho, follaje de 9 cm, tira de 20 cm, brandeadas con logo institucional. Esferos con logo institucional de tinta azul. Block de notas con logo institucional en formato A6 Monederos de 12 cm x 9.5 cm x 2 cm de follaje Cepillos con espejo de cartera redondos o cuadrados de 8 x 8 cm
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 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.

1 Organizador de eventos:

- ✓ Planificación de organización de eventos.
- ✓ Encargado/a de la logística.
- ✓ Búsqueda de locaciones para la realización de eventos.
- ✓ Coordinación con equipos de sonido, amplificación y video.
- ✓ Apoyo logístico antes, durante y después de un evento.

C. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Evaluación de criterios mínimos pasa/no pasa

PARAMETRO	PASA	NO PASA
Presentación de Formularios		
Cumplimiento de Términos de referencia		

1. Presentación de Formularios

Presentación de formularios y demás documentos detallados en la solicitud de cotización SDC.

2. Términos de Referencia

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

3. Personal técnico mínimo:

Nro.	Función	Personal requerido	Nivel de estudio	Titulación académica	Fuente o medio de verificación
1	Ejecutivo/a de Cuentas	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	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.
3	Organizador de eventos	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.

4. Experiencia Mínima del Personal Técnico:

FUNCIÓN	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Ejecutivo de Cuentas	<ul style="list-style-type: none"> Dentro de los últimos 5 años deberá acreditar mínimo 2 años en trabajos relacionados como ejecutivo de cuentas en el desarrollo de proyectos comunicacionales, para lo cual deberá presentar mínimo un certificado u otro documento que acredite la experiencia requerida.
Planificador/a de medios	<ul style="list-style-type: none"> Dentro de los últimos 5 años deberá acreditar mínimo 2 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
Organizador de Eventos	<ul style="list-style-type: none"> Dentro de los últimos 5 años deberá acreditar mínimo 2 años en trabajos relacionados con la organización de eventos, para lo cual deberá presentar mínimo un certificado u otro documento que acredite la experiencia requerida

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.

5. 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.

	Nombre:	Cargo:	Firma:
Elaborado por:	Silvia Elizabeth Estrella Revelo C.I. 1714474101	Miembro de Equipo, Dirección de Comunicación Social	
Revisado por:	Freddy Orlando Osorio Andino C.I.: 1715681639	Responsable de la Gestión de Marketing y Publicidad	
Revisado por:	Virginia Natali Mendoza Moreira C.C. 1312519737	Responsable de la Encuesta Nacional de Relaciones Familiares y Violencia de Género contra las Mujeres – ENVIGMU	

Aprobado por:	María Dolores Zambrano Calvache C.I. 1714748835	Directora de Comunicación Social	
Aprobado por:	Roxana Piedad Villalva Jara C.I.: 0919414680	Directora de Estadísticas Sociodemográficas	