

## INFORME DE NECESIDAD

**Objeto de Contratación:** Contratación de una agencia de servicios de comunicación publicitaria e informativa C2 – C3

**Código de proceso:** EC-INEC-533766-NC-RFB

**Fecha:** 11/03/2026

---

### 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".

Mediante memorando Nro. INEC-INEC-2025-1225-M de 04 de diciembre de 2025 la Dirección Ejecutiva aprobó el Plan Estratégico Institucional 2025-2029, mismo que su acápite 1.2.4 Comunicación Social, informa *"La comunicación constituye un eje estratégico en la gestión institucional de una entidad, basada en el diseño, ejecución y evaluación de los procesos comunicacionales orientados a informar, difundir y socializar los productos y servicios estadísticos del Instituto, garantizando que la información generada llegue de manera clara, oportuna y accesible a los diversos públicos de interés."*

*Desde una perspectiva integral, la gestión de comunicación social del INEC identifica y segmenta los públicos objetivos internos y externos con el fin de desarrollar mensajes clave diferenciados, pertinentes y coherentes con las políticas institucionales y los lineamientos establecidos por las entidades rectoras en materia de comunicación pública. Estos mensajes buscan fortalecer la comprensión del valor de la estadística oficial en la toma de decisiones y consolidar la confianza ciudadana en los datos que produce el INEC".*

Mediante memorando Nro. INEC-INEC-2025-1272-M, del 30 de diciembre de 2025 la Dirección Ejecutiva aprobó "el Plan de Dirección de Proyecto *"Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador C4 Cambio de Base del Sistema de Indicadores de Precios al Consumidor en el Ecuador (CAB-SIPCE)" 2026"*.

Mediante memorando Nro. INEC-INEC-2025-1275-M, del 30 de diciembre de 2025, la Dirección Ejecutiva aprobó "el Plan de Dirección de Proyecto *"Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador C2 - Nueva Encuesta de Fuerza de Trabajo - ENCIET"*

Mediante memorando Nro. INEC-INEC-2025-1276-M, del 30 de diciembre de 2025, la Dirección Ejecutiva aprobó "el Plan de Dirección de Proyecto *"Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador C6 -Aprovechamiento de Registros Administrativos para la Producción Estadística" 2026"*.

Mediante memorando Nro. INEC-INEC-2025-1281-M, del 31 de diciembre de 2025, la Dirección Ejecutiva aprobó "el Plan de Dirección de Proyecto *"Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador C1 - Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales - ENIGHUR" 2026"*.

Mediante oficio INEC-DICOS-2026-0001-O, del 30 de enero 2026, la Directora de Comunicación Social, solicitó a la Subsecretaria General de Comunicación e Información de Gobierno la aprobación del Plan Estratégico de Comunicación 2026 – INEC.

Mediante oficio PR-SSGCG-2026-0058-O, del 12 de febrero 2026, la subsecretaria general de comunicación e información de Gobierno, aprobó el Plan Estratégico de Comunicación (PEC) del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) 2026.

Mediante Oficio PR-SSDP-2026-0265-O, del 13 de febrero 2026, la Secretaría de Planificación emitió el "Dictamen de actualización de prioridad del proyecto "Robustecimiento de la Producción Estadística del Ecuador" con CUP 31210000.0000.388017-INEC".

Mediante correo electrónico del 18 de febrero 2026, Alejandro Medina-Giopp, Senior Economist remite la No Objeción del Plan de Adquisiciones 2026.

Mediante correo electrónico del 18 de febrero 2026, el especialista de adquisiciones de Banco Mundial, Eduardo Naranjo, se recibió la verificación de información en herramienta STEP (BM) Nro. PMU-STEP-2026-01.

Mediante Memorando Nro. INEC-DIPLA-2026-0190-M, del 27 de febrero 2026, la Dirección de Planificación y Gestión Estratégica realiza la Socialización de la Programación Anual de la Planificación 2026, al 28 de febrero de 2026, en el que consta el proceso de Contratación de una agencia de servicios de comunicación publicitaria e informativa C2 – C3.

## 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".*

### 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”. (...)*

## **LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA**

***“Art. 2.- Ámbito territorial.-*** Las contrataciones que se realicen en el extranjero se someterán a las disposiciones normativas legales del país extranjero, a las prácticas comerciales o a los modelos de negocios de aplicación internacional.

*En el caso de las contrataciones que se financien, previo convenio, con fondos provenientes de organismos multilaterales de crédito de los cuales el Ecuador sea miembro; en las contrataciones que se financien con fondos reembolsables o no reembolsables provenientes de financiamiento de gobierno a gobierno; contrataciones con organismos internacionales de cooperación; o contrataciones sujetas o cubiertas a acuerdos comerciales ratificados por el Ecuador, se observará lo acordado en los respectivos convenios, acuerdos o tratados comerciales. El respectivo convenio deberá establecer si se aplican las reglas de contratación del organismo internacional, o esta ley y su reglamento. Lo no previsto en dichos convenios o instrumentos internacionales se regirá por las disposiciones de esta Ley, y su Reglamento.*

*Las entidades contratantes están obligadas a aplicar los instrumentos comerciales internacionales que ratifique el Estado ecuatoriano, en materia de contratación pública.*

*El Reglamento General a esta Ley regulará las situaciones previstas en este artículo, con enfoque de transparencia y buen uso de los recursos públicos”*

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

***“Art. 4.- 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, de ser aplicable.

*Las contrataciones previstas en el artículo 2 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.*

*Se entenderá por financiamiento parcial, aquel que alcance al menos el 51% del valor total del contrato; y, siempre que los recursos que financie el organismo internacional estén destinados directamente al contrato que se instrumente con el proveedor de la obra, bien, servicio o consultoría. El incumplimiento de lo anterior se presumirá de hecho como evasión de procedimientos.*

*Las cláusulas de los convenios de financiamiento no podrán estar por sobre el contenido de la normativa nacional que regula la contratación pública, cuando exista un perjuicio económico al Estado o contravenga los principios constitucionales”.*

**"Art. 17.- Uso de herramientas informáticas.-** *Las entidades contratantes deben usar y aplicar de manera obligatoria las herramientas informáticas del Portal de Contratación Pública, disponibles y aplicables, conforme el siguiente detalle:*

**(...) 4. Procedimientos Especiales:**

*(...) No se utilizará las herramientas del Portal de Contratación Pública, para los siguientes procedimientos de contratación:*

*(...) ii. Procedimientos de contratación en el extranjero.*

*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 de publicación posterior del Portal de Contratación Pública.*

*En el caso de procedimientos de contratación por Régimen Especial, las entidades publicarán la información conforme el procedimiento previsto en este Reglamento”.*

## **NORMATIVA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS**

A través de resolución N° 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 N° 011-DIREJ-DIJU-NI-2025, del 13 de febrero de 2025, la Dirección Ejecutiva resuelve ratificar todas las delegaciones que se hayan otorgado desde la Dirección Ejecutiva para el correcto funcionamiento del Instituto Nacional de Estadística y Censos – INEC, y que se encuentren vigentes hasta la fecha de emisión de la presente resolución, con la finalidad que sean plenamente aplicables hasta que se disponga lo contrario.

Mediante resolución N° 044-DIREJ-DIJU-NI-2025 del 21 de noviembre de 2025, suscrita por la Dirección Ejecutiva del INEC, derogó la Resolución No. 030-DIREJ-DIJU-NI-2024 de 28 de noviembre de 2024, conforme el siguiente articulado:

*"Artículo 1.- Derogar la Resolución Nro. 030-DIREJ-DIJU-NI-2024 de 18 de noviembre de 2024, a través de la cual se actualizó el Manual Operativo del Proyecto "Fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional del Ecuador", por la versión del 6 de octubre de 2024.*

*Artículo 2.- Actualizar el Manual Operativo del Proyecto "Fortalecimiento del Sistema Estadístico Nacional del Ecuador", por la versión 7ma. de noviembre de 2025, misma que pasa a formar parte integrante de la presente resolución.*

*Artículo 3.- En todo lo demás, se estará a lo dispuesto en la Resolución Nro. 042-DIREJ-DIJU-NI-2022 de 28 de noviembre de 2022 y en la Resolución Nro. 042-DIREJ-DIJU-NI-2025 de 10 de noviembre de 2025".*

### **3. MECANISMO DE CONTRATACIÓN SELECCIONADO**

El procedimiento seleccionado se lo realizará a través de **Solicitud de oferta** de conformidad con 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) 2025–2029 establece a la comunicación como eje estratégico institucional, orientado a garantizar la difusión, accesibilidad y comprensión de la información estadística oficial por parte de los distintos públicos de interés. En coherencia con este instrumento y con la planificación operativa institucional correspondiente al ejercicio fiscal 2026 (POA/PAPP), se prevé la ejecución de procesos de difusión asociados a operaciones estadísticas de alcance nacional, dirigidos a academia, tomadores de decisión, medios de comunicación y ciudadanía en general.

Para el año 2026, el INEC contempla la difusión de operaciones estadísticas de alto impacto, entre ellas la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales del Ecuador (ENIGHUR), el cambio de base del Sistema de Índices de Precios al Consumidor en el Ecuador (CAB-SIPCE), Aprovechamiento de Registros Administrativos para la Producción Estadística y la integración progresiva de innovaciones metodológicas desarrolladas en la ENCIET dentro de la medición laboral vigente.

Estas operaciones inciden directamente en indicadores macroeconómicos, medición de pobreza, inflación, empleo y análisis estructural del país, por lo que su difusión técnica y oportuna constituye un requerimiento institucional para asegurar la correcta interpretabilidad pública de las cifras oficiales y la estabilidad informativa del sistema estadístico nacional. Este proceso se articula con la política de datos abiertos del Ecuador, orientada a fortalecer la transparencia, el acceso a la información pública y el uso de datos para la toma de decisiones y el diseño de políticas públicas, en concordancia con los principios de accesibilidad y difusión de la estadística oficial.

En este contexto, la contratación de una agencia especializada en servicios de comunicación publicitaria e informativa (C2–C3) resulta técnicamente necesaria para la Dirección de Comunicación Social, considerando que la unidad mantiene la rectoría, planificación estratégica y generación de contenidos, pero enfrenta limitaciones operativas y administrativas para la contratación directa con plataformas internacionales de publicidad digital, la gestión integrada de pauta multicanal y la ejecución simultánea de campañas de alcance nacional. La intermediación de un operador especializado permite garantizar la adquisición, gestión y optimización de pauta digital y tradicional con trazabilidad presupuestaria, facturación válida, cumplimiento contractual y métricas verificables de desempeño.

Asimismo, la magnitud y simultaneidad de las campañas previstas para 2026 requieren capacidad operativa para la producción de contenidos gráficos, audiovisuales y multimediales, difusión segmentada y georreferenciada, gestión de relaciones públicas, publinreportajes,

banners en medios digitales, impresión de material promocional y ejecución de activaciones BTL. La provisión de estos componentes bajo un solo operador contractual permite eficiencia administrativa, coherencia estratégica, control de calidad y reducción de tiempos de ejecución, evitando procesos fragmentados de contratación.

En materia de estadísticas laborales, el INEC mantiene la encuesta vigente para preservar la continuidad de las series oficiales, incorporando progresivamente innovaciones metodológicas desarrolladas en la ENCIET dentro de la ENEMDU. Este proceso de integración requiere estrategias comunicacionales especializadas que aseguren la adecuada interpretación de los resultados por parte de usuarios técnicos, líderes de opinión y medios de comunicación. En este marco, se prevé el apoyo de la agencia en la ejecución de acciones de relaciones públicas y difusión especializada, bajo coordinación y validación de la Dirección de Comunicación Social y del administrador del contrato.

La no contratación del servicio generaría riesgos institucionales asociados a la limitada ejecución de recursos de difusión, baja segmentación de la pauta informativa, potenciales interpretaciones erróneas de resultados estadísticos sensibles, incremento de carga administrativa por contratación fragmentada de servicios y debilidades en la comunicación de innovaciones metodológicas que requieren explicación técnica especializada.

Mediante la contratación propuesta se consolidará en un solo operador la gestión de pauta digital, la producción de contenidos y la ejecución de acciones de difusión, permitiendo desarrollar piezas comunicacionales multiformato y campañas integradas de expectativa, entrega de resultados y sostenimiento. Asimismo, se contará con apoyo en la organización y producción de activaciones de socialización, material promocional y acciones de relaciones públicas, conforme la planificación institucional.

La definición de veintidós (22) activaciones en territorio continental y dos (2) en la provincia de Galápagos obedece a los siguientes criterios técnicos:

Se priorizan ciudades con mayor concentración poblacional, actividad económica y presencia académica (Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y otras según necesidad institucional), garantizando representatividad regional y equilibrio territorial en la difusión de información estadística oficial.

Las activaciones están dirigidas a públicos específicos tales como academia, sector empresarial, sector público, medios de comunicación y sociedad civil organizada. Cada operación estadística requiere espacios presenciales diferenciados para asegurar adecuada comprensión metodológica y técnica.

La consolidación de las activaciones dentro de un mismo contrato permite optimizar costos logísticos, técnicos y de producción, evitando procesos fragmentados que incrementarían carga administrativa y costos indirectos.

La incorporación de dos activaciones específicas en la provincia de Galápagos responde al principio de equidad territorial y cobertura nacional del proyecto, además, la entrega de resultados del Índice de Precios al Consumidos Espacial de Galápagos (IPCEG), se refiere específicamente a esta provincia, asegurando que los beneficios de la difusión estadística financiada con recursos multilaterales no se concentren únicamente en el territorio continental.

El número definido corresponde a una estimación técnica que equilibra alcance nacional, cobertura operativa, segmentación de públicos y disponibilidad presupuestaria, garantizando el cumplimiento de los objetivos de difusión del proyecto bajo criterios de eficiencia.

En consecuencia, la contratación responde a una necesidad institucional objetiva, a criterios de eficiencia administrativa y a la mitigación de riesgos operativos, contribuyendo al cumplimiento de los fines estratégicos del INEC y al adecuado posicionamiento y comprensión pública de la información estadística oficial.

## 5. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO A RECIBIR

El servicio contratado debe ser de conformidad con las características que se detallan en el siguiente cuadro, cantidades representadas por el tiempo estipulado del contrato:

Ítem	Descripción	Cantidad mínima por el proceso	Características
1	Pauta Digital (Redes Sociales y Medios Digitales)	<p><b>Meta (Facebook – Instagram):</b> Al menos 8 reels. Al menos 24 carruseles. Al menos 8 post. Al menos 24 historias.</p> <p><b>TikTok:</b> Al menos 8 videos.</p> <p><b>X:</b> Al menos 24 publicaciones informativas. Al menos 8 publicaciones promocionadas.</p> <p><b>Medios digitales</b> Al menos 6 publireportajes. Al menos 6 banner rotativos.</p> <p><b>Google Ads</b> Al menos 4 publicaciones (Search + Display)</p> <p><b>YouTube Ads</b> Al menos 4 videos (30 seg).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><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.</li> <li><b>X:</b> Publicaciones informativas, anuncios patrocinados, gestión de tendencias.</li> <li><b>Medios Digitales Relevantes en Ecuador:</b> Portales de noticias nacionales y regionales Por ejemplo: El Comercio, El Universo, Primicias, Ecuavisa, La Hora, etc.</li> </ul> <p><b>Plataformas de alto tráfico:</b> YouTube y Google Ads. <b>El proveedor deberá entregar reportes de desempeño y análisis de métricas</b> (alcance, impresiones, CTR y engagement) <b>de toda la pauta digital.</b></p> <p>La presente contratación podrá tener modificaciones en las piezas comunicacionales pautadas con autorización del administrador del contrato y según la necesidad institucional.</p>
2	Activaciones BTL	22	<p>Estas se desarrollarán en: Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y en otras ciudades según la necesidad institucional.</p> <p><b>Aforo:</b> de 50 a 100 personas aproximadamente según la necesidad institucional previa coordinación con el administrador de contrato.</p> <p><b>Logística:</b> Sonido, amplificación, imagen/proyección, microfonía, grabación en vivo de la activación en buena calidad para subir a canales digitales de la institución.</p>
3	Activaciones BTL en Galápagos	2	<p>Se desarrollarán en las Islas y fechas por definir según la necesidad institucional.</p> <p><b>Aforo:</b> de 50 a 100 personas aproximadamente según la necesidad institucional previa coordinación con el administrador de contrato.</p> <p><b>Logística:</b> Sonido, amplificación, imagen/proyección, microfonía, grabación en vivo de la activación en buena calidad para subir a canales digitales de la institución.</p>
4	Brandeo Institucional Backing	4	<p>Mismos que deben contener: 4 backing, medida 2 x 2 metros, full color Los diseños serán trabajados entre el INEC y la agencia.</p>
5	Brandeo Institucional Roll-up	8	<p>Mismos que deben contener: 8 roll-up, medida 2 x 0.85 metros, , full color Los diseños serán trabajados entre el INEC y la agencia.</p>
6	Kits comunicacionales	1.500 Libreta Pocket 500 Cuadernos A5 1000 Esferos 1000 folleto informativo A6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La libreta Pocket debe contar con al menos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 25 notas adhesivas.</li> <li>- 1 paquete de señaladores tipo banderitas de 5 colores.</li> <li>- 60 hojas blancas.</li> <li>- 1 bolígrafo.</li> </ul> </li> <li>- Los cuadernos A5 debe ser de pasta dura con al menos 100 hojas blancas con espiral lateral</li> <li>- Los esferos deben ser estilo ejecutivo, color azul.</li> <li>- Los folletos tendrán al menos 22 páginas en formato A6 impresas en papel bond, con portada y contraportada full color formato A6 en couche de mínimo 150 gramos.</li> </ul> <p><b>Todo este material será brandeado con logo o marca institucional en coordinación con el administrador de contrato.</b></p>
7	Relaciones Públicas	1	<p>Duración de 4 meses, mismo que iniciará según necesidad institucional y previa coordinación con el administrador del contrato. Deberá contar con al menos un media training con un periodista de larga data y que sea líder de opinión. Además deberá realizar la Convocatoria a públicos estratégicos y específicos según la necesidad institucional.</p>
<p><b>NOTA:</b> La planificación podrá tener modificaciones con autorización del administrador del contrato y según la necesidad institucional. Personal del INEC se encargará de afinar detalles para las activaciones BTL y la distribución de los kits en conjunto con la agencia con el fin de cumplir con los objetivos institucionales.</p>			

## 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 digital en redes sociales, medios digitales 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 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 24/7 los 365 días del año.

**Activaciones BTL:** Las actividades a desarrollarse en espacios específicos de socialización permitirán 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 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.

**Relaciones Públicas:** Este servicio tendrá una duración de 4 meses, mismo que iniciará según necesidad institucional y previa coordinación con el administrador del contrato. Deberá contar con al menos un media training con un periodista de larga data y que sea líder de opinión. Además deberá realizar la Convocatoria a públicos estratégicos y específicos según la necesidad institucional.

## 6.2 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 digital 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 publicación. Además, su experiencia en la gestión de medios digitales contribuye a la 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, 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 (humanos y tecnológicos) 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.

	<b>Nombre:</b>	<b>Cargo:</b>	<b>Firma:</b>
<b>Elaborado por:</b>	Freddy Orlando Osorio Andino C.I. 1715681639	Responsable Gestión de Marketing y Publicidad.	
<b>Revisado y Aprobado por:</b>	María Dolores Zambrano Calvache C.I. 1714748835	Directora de Comunicación Social	
<b>Revisado por:</b>	Byron Santiago Enriquez Fiel C.I.: 0401732649	Miembro de Equipo	
<b>Revisado por:</b>	Byron Edmundo Padilla Guanotasig C.I.: 1721029468	Miembro de Equipo	
<b>Revisado por:</b>	Ruth Enith Tenesaca Simancas C.I.: 1104251531	Responsable del Registro Estadístico Base de Actividades del Ecuador REBAE	
<b>Revisado por:</b>	Viviana Natalia Garzón Ortiz C.I.: 1721739462	Responsable de la Operación Estadística Registro Estadístico Base de Población del Ecuador (REBPE)	
<b>Revisado por:</b>	Joffre Daniel Vera Intriago C.I.: 1312715491	Responsable del Cambio de Base del Sistema de Indicadores de Precios al Consumidor (CAB-SIPCE)	
<b>Aprobado por:</b>	Roxana Piedad Villalva Jara C.I.: 0919414680	Directora de Estadísticas Sociodemográficas	
<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	