

TÉRMINOS DE REFERENCIA

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

Código del proceso: EC-INEC-533766-NC-RFB

Método de Selección: Solicitud de oferta

Fecha: 11/03/2026

A. DATOS GENERALES

DESCRIPCIÓN DEL ÍTEM	CANTIDAD MÍNIMA POR EL PROCESO	VALOR UNITARIO	TOTAL
Pauta Digital (Redes Sociales y Medios Digitales)	<p>Meta (Facebook – Instagram): Al menos 8 reels. Al menos 24 carruseles. Al menos 8 post. Al menos 24 historias.</p> <p>TikTok: Al menos 8 videos.</p> <p>X: Al menos 24 publicaciones informativas. Al menos 8 publicaciones promocionadas.</p> <p>Medios digitales Al menos 6 publireportajes. Al menos 6 banner rotativos.</p> <p>Google Ads Al menos 4 publicaciones (Search + Display)</p> <p>YouTube Ads Al menos 4 videos (30 seg).</p>	\$27.433,33	\$27.433,33
Activaciones BTL	<p>22</p> <p>Estas se desarrollarán en varias ciudades como: Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y otras según la necesidad institucional.</p> <p>Aforo: de 50 a 100 personas aproximadamente según la necesidad institucional previa coordinación con el administrador de contrato</p> <p>Logística: Sonido, amplificación, imagen/proyección, microfonía, grabación en vivo de la activación en buena calidad para subir a canales digitales de la institución.</p>	\$1.370,00	\$30.140,00
Activaciones BTL Galápagos	<p>2</p> <p>Se desarrollarán en las Islas y fechas por definir según la necesidad institucional.</p> <p>Aforo: de 50 a 100 personas aproximadamente según la necesidad institucional previa coordinación con el administrador de contrato</p> <p>Logística: Sonido, amplificación, imagen/proyección, microfonía, grabación en vivo de la activación en buena calidad para subir a canales digitales de la institución.</p>	\$4.166,67	\$8.333,33
Brandeo Institucional Backing	<p>4</p> <p>Backing, medida 2 x 2 metros, full color Los diseños serán trabajados entre el INEC y la agencia.</p>	\$310,00	\$1.240,00
Brandeo Institucional Roll-up	<p>8</p> <p>Roll-up, medida 2 x 0.85 metros, full color Los diseños serán trabajados entre el INEC y la agencia.</p>	\$70,00	\$560,00
Kits comunicacionales	<p>1.500 Libreta Pocket 500 Cuadernos A5 1000 Esferos 1000 folleto informativo A6</p>	\$9.343,33	\$9.343,33
Relaciones Públicas	<p>1</p> <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>	\$8.500,00	\$8.500,00
		TOTAL	\$85.550,00

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:** 215 días calendario, sin superar el 31 de diciembre del 2026.
 - ✓ **Ejecución del contrato inicia en:** Desde el día siguiente de la suscripción del contrato.
- 2. Vigencia de la Oferta:** 90 días calendario
- 3. Forma y cronograma de entregas:** Parcial.
- 4. Formas de Pago:**

Los pagos se realizarán de forma mensual conforme al siguiente esquema referencial:

- Pauta digital: % sobre ejecución validada.
- Activaciones: valor unitario por evento ejecutado.
- Relaciones públicas: % sobre ejecución validada.
- Material promocional: pago contra entrega validada.

Con la siguiente documentación:

- ✓ Informe del Contratista en el que detalle la pauta (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, 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.
- ✓ Informe sobre la realización del media trainig, en el que consten fotografías y grabación de no más de 2 minutos del resultado del mismo.
- ✓ La planificación mensual para desarrollar el Pautaje digital.
- ✓ 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

No aplica

6. Tipo de presupuesto: Inversión

Código del proceso: EC-INEC-533766-NC-RFB

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

CUP No. 31210000.0000.388017

B. REQUERIMIENTO DE CONTRATACIÓN

1. Objetivos:

1.1 General

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.

1.2 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 digitales, medios digitales, activaciones BTL para promocionar las actividades que realiza el INEC a través de la agencia de comunicación.

Socializar y exponer a los usuarios y principales actores de los índices de precios, las innovaciones metodológicas y técnicas del cambio de año base y los resultados del Sistema de Indicadores de Precios al Consumidor.

Ejecutar una estrategia de comunicación integral que traduzca la complejidad técnica de las operaciones estadísticas del INEC en activos informativos claros, garantizando la difusión efectiva de los Registros Estadísticos Base: Población y Actividades y complementarios: Educación, para fortalecer la toma de decisiones en el país.

Comunicar a los usuarios especializados, líderes de opinión y público en general, las actualizaciones metodológicas, operativas y la nueva estrategia de diseño muestral de la operación estadística de mercado laboral, así como sus implicaciones en las estimaciones, que permitan una adecuada comprensión e interpretabilidad de las cifras resultantes.

2. 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, X y las que el administrador del contrato crea convenientes para la institución), asegurando un enfoque inclusivo, accesible y alineado con las directrices institucionales de comunicación.

3. 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 el primer día laborable siguiente de la suscripción del mismo para definir la planificación del primer mes de pauta en redes sociales y medios digitales (según la necesidad institucional), mes que se contemplará desde el primer día laborable, 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; posteriormente el administrador del contrato recibirá el reporte mensual del servicio ejecutado, para la planificación del mes posterior la reunión deberá ser 8 días laborales antes de iniciar el nuevo mes de servicio. El periodo de ejecución efectiva de pauta iniciará una vez aprobada la planificación, sin que esto afecte el plazo total del contrato.

- ❖ **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.

Cinco días laborales 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 22 activaciones que pueden ser en las ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca, Ambato y/o en otras ciudades del país, las locaciones serán gestionadas de manera coordinada entre el INEC y la agencia, en coordinación con el administrador del contrato con un tiempo estimado de 10 días plazo de anticipación cuando sean fuera de Quito y 5 días plazo cuando sea en Quito, de acuerdo a la necesidad institucional.
- ❖ **Activaciones BTL en Galápagos:** El contratista deberá ejecutar 2 activaciones que serán en la provincia de Galápagos, lugar y fecha a definir según la necesidad institucional, las locaciones serán gestionadas de manera coordinada entre el INEC y la agencia, en coordinación con el administrador del contrato con un tiempo estimado de 15 días plazo de anticipación.
- ❖ **Kits Comunicacionales:** El contratista, a partir del día siguiente de la suscripción del contrato tendrá máximo cinco (5) días calendario, para presentar al administrador contrato el diseño y artes finales de los kits (Libreta Pocket, Cuadernos A5, Esferos) para su aprobación, incluyendo de ser necesario la entrega de muestras físicas o 'dummies' para validar la calidad de los materiales, en el caso de los folletos se realizarán según la fecha de publicación y entrega de resultados de cada uno de los componentes (ENIGHUR, ENCIET, CAB-SIPCE y Registros Administrativos) y del brandeo institucional. Una vez aprobados los artes, la agencia dispondrá de hasta treinta (30) días calendario para la producción y entrega total de los insumos a la Dirección de Comunicación Social del INEC en la ciudad de Quito, ubicadas en la Juan Larrea N15-36 y José Riofrío. La recepción se formalizará mediante un acta de entrega-recepción parcial, previa verificación de que las cantidades y características coincidan estrictamente con lo ofertado.

Se recalca que en el caso de los folletos se irán solicitando según las publicaciones de resultados, información que será entregada con 20 días de anticipación según la fecha confirmada al proveedor por parte del administrador del contrato.

- ❖ **Relaciones Públicas:** Este servicio tendrá una duración de 4 meses, mismo que iniciará según necesidad institucional y previa coordinación con el administrador del contrato. El servicio deberá contar con al menos un media training, coordinado con un periodista de larga data y que sea líder de opinión, mismo que deberá tener como mínimo 20 años de experiencia como periodista, comprobable, este deberá entregar el video y fotografías evidenciables del taller en bruto. Además el relacionista público deberá realizar la Convocatoria a públicos estratégicos y específicos según la necesidad institucional (lugar, logística).
- ✓ El proveedor deberá disponer de una Mesa de Servicios en el esquema 24 x 7 x 365 (24 horas al día los 7 días de la semana y los 365 días del año). La mesa de servicios asignará de manera inmediata un control de incidentes o deberá designar a un oficial de cuenta/técnico para atención directa vía telefónica, e-mail o WhatsApp.
- ✓ En caso de ausencia temporal del director de cuenta, el contratista deberá asignar un director suplente que cumpla con el mismo perfil y obligaciones.

4. Información que dispone la Entidad:

El Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, proveerá a la agencia bocetos e información para el apoyo, en caso de requerirlo, en la elaboración de los productos multimedia (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.

5. Servicio esperado:

Ítem	Descripción	Cantidad mínima por el proceso	Características
1	Pauta Digital (Redes Sociales y Medios Digitales)	<p>Meta (Facebook – Instagram): Al menos 8 reels. Al menos 24 carruseles. Al menos 8 post. Al menos 24 historias.</p> <p>TikTok: Al menos 8 videos.</p> <p>X: Al menos 24 publicaciones informativas. Al menos 8 publicaciones promocionadas.</p> <p>Medios digitales Al menos 6 publireportajes. Al menos 6 banner rotativos.</p> <p>Google Ads Al menos 4 publicaciones (Search + Display)</p> <p>YouTube Ads Al menos 4 videos (30 seg).</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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. <p>Plataformas de alto tráfico: YouTube y Google Ads. El proveedor deberá entregar reportes de desempeño y análisis de métricas (alcance, impresiones, CTR y engagement) de toda la pauta digital.</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>Aforo: de 50 a 100 personas aproximadamente según la necesidad institucional previa coordinación con el administrador de contrato.</p> <p>Logística: 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>Aforo: de 50 a 100 personas aproximadamente según la necesidad institucional previa coordinación con el administrador de contrato.</p> <p>Logística: 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	<p>1.500 Libreta Pocket 500 Cuadernos A5 1000 Esferos 1000 folleto informativo A6</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La libreta Pocket debe contar con al menos: <ul style="list-style-type: none"> - 25 notas adhesivas. - 1 paquete de señaladores tipo banderitas de 5 colores. - 60 hojas blancas. - 1 bolígrafo. - Los cuadernos A5 debe ser de pasta dura con al menos 100 hojas blancas con espiral lateral - Los esferos deben ser estilo ejecutivo, color azul. - 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. <p>Todo este material será brandeado con logo o marca institucional en coordinación con el administrador de contrato.</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>

NOTA: 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.

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 publicaciones en redes sociales).
- ✓ Coordina y desarrolla cronograma e informes de fechas claves de entrega de informes, pauta y activaciones.

- ✓ Gestiona la logística con plataformas digitales y equipos para eventos.
- ✓ Gestiona informes semanales / mensuales de alcance.

1 Planificador de medios:

- ✓ Optimiza la distribución del presupuesto en redes sociales y Google Ads.
- ✓ Genera informes de análisis para publireportajes.
- ✓ Planifica horarios y fechas de campañas digitales.
- ✓ Mide impacto (Ej. Reproducciones de reels, alcance) 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.

1 Relacionista Público:

- ✓ Coordinar el media training con un periodista de larga data.
- ✓ Dar seguimiento al cumplimiento de lo aprendido en el media training por parte del vocero/a institucional.
- ✓ Convocatoria y confirmación de asistencia de los medios de comunicación.

C. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Evaluación de criterios mínimos pasa/no pasa

PARAMETRO	PASA	NO PASA
Presentación de Formularios		
Capacidad Financiera		
Experiencia específica		
Cumplimiento de Términos de referencia		
Personal Técnico		
Experiencia Personal Técnico		
Otros parámetros		

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 si 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	Ejecutivo 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	Organizador de Eventos, Turismo, Comunicación, Relaciones Públicas o Marketing	Copia de la impresión de la página web de la SENESCYT donde conste el título o del título.
4	Relacionista Público	1	Tercer Nivel	Comunicación social, comunicación política o Relaciones Públicas.	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
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 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
Relacionista Público	<ul style="list-style-type: none"> Dentro de los últimos 5 años deberá acreditar mínimo 2 años en trabajos relacionados a relaciones públicas, 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.

7. Otros parámetros

- Presentar junto a la oferta la propuesta del plan de medios, mismo que deberá contener el listado de los medios digitales propuestos.
- Junto a la oferta deberá presentar la propuesta del personal que impartiría el media training (mínimo 3 opciones de personas).

8. 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.

En caso de empate, se aplicará de manera progresiva la calificación con el siguiente orden:

- Se determinara como ganador a la empresa que presente dentro de su plan medios digitales con mayor alcance y la propuesta de personal a impartir el media training.
- De persistir, se determinara al licitante que más experiencia tenga en el mercado.
- De persistir, se determinara al mayor tiempo de la experiencia del personal técnico.

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