

MUESTRA DE INTERÉS PARA LA CONTRATACIÓN DE UNA EMPRESA QUE REALICE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA EL MERCADO NACIONAL

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo, encargada de la promoción nacional e internacional del Distrito Metropolitano de Quito y alrededores, requiere realizar la contratación de una agencia de publicidad para realizar una campaña nacional compuesta por 4 ejes principales:

- EJE 1: DISTINTIVO Q
- EJE 2: TEXTURAS, COLORES Y SABORES
- EJE 3: AUTOS CLÁSICOS
- EJE 4: PLATAFORMA DIGITAL

OBJETIVO

Contratación de un servicio de campaña publicitaria a nivel nacional para la difusión y promoción de proyectos institucionales.

ANTECEDENTES

Dentro del Plan Operativo Anual (POA/PAC) 2017 de Quito Turismo existe como objetivo general el gestionar el posicionamiento y la promoción del destino Quito a nivel local y nacional a través del desarrollo de productos y opciones que incrementen la oferta turística de la ciudad y la realización de acciones de promoción turística dirigidas a periodistas, industria turística y consumidor final que busquen dar un soporte al incremento del turismo receptivo al Distrito Metropolitano de Quito a corto y largo plazo.

Como parte importante de los productos y/o servicios que se ofrece a nacionales y extranjeros se desarrolló el “Distintivo Q a la Calidad Turística”, que representa una aspiración de la Alcaldía Metropolitana y de Quito Turismo, para reconocer a los empresarios turísticos que realizan esfuerzos efectivos por manejar sus negocios de una forma sostenible, y por ofrecer al turista servicios de calidad en el Distrito Metropolitano de Quito. Los empresarios que voluntariamente forman parte del programa de calidad turística de la ciudad de Quito, además de haber sido parte de procesos de formación y capacitación, que han ayudado a gestionar de mejor manera sus negocios, deben recibir beneficios reflejados en promoción y difusión de sus establecimientos.

Por otro lado, la Feria Texturas, Colores y Sabores se origina en el 2009 como una actividad de fortalecimiento al sector artesanal del DMQ, convirtiéndose en un espacio especializado para artesanía, orientado a satisfacer las demandas actuales de mercado en cuanto a diseño y calidad, favoreciendo además el intercambio de experiencias y el encuentro entre los actores de este sector económico y social. Los productos presentados en la feria Texturas, Colores y Sabores, se enfocan en diferentes categorías para generar mayor oferta para los consumidores:

- Arte e Imaginería: Pintura, escultura, máscaras, productos tradicionales, coleccionables, miniaturas, cuadros, relieves, impresiones, réplicas.

- Decoración e iluminación: Artículos de escritorio, móviles, muebles, portarretratos, lámparas, tapices, batik, fundas de cojines, mantas, cestería, costureros, maceteros, etc.
- Moda y accesorios personales: Bolsos, pañoletas, carteras, billeteras, correas, agendas, estuches, porta lapiceros, carteras, pañuelos, bufandas, vestuario, sombreros, entre otros.
- Joyería y Bisutería: Aretes, cadenas, pulseras, anillos, prendedores, broches, mancuernas, llaveros, miniaturas, piedras preciosas y semipreciosas, cofres y espejos para joyas.
- Instrumentos Musicales y Didácticos: Juguetes, títeres, instrumentos de cuerda, percusión y viento, material didáctico, rompecabezas, destrezas, pitos, estimulación, masajeadores, ingenio y pasatiempo.
- Regalos y Reuso: Artículos de escritorio, pesebres, adornos decorativos, tarjetas, institucionales, personalizados, productos con materiales reutilizados y reciclados.
- Confitería y Alimentos: Dulces tradicionales, chocolates, confites, snacks, cereales, conservas, mermeladas, café, té, hierbas medicinales, salsas, pastelería artesanal.
- Sabores: Producto Gastronómico Quito enmarcados en tradición y costumbres de la ciudad, buscan rescatar y proyectar recetas, ingredientes de la cocina tradicional hacia las presentes y futuras generaciones. Se ofertarán platos típicos de ciudad y bebidas tradicionales.

La campaña publicitaria para el mercado nacional abarcará cuatro ejes:

EJE 1: Promoción y posicionamiento de marca del Distintivo “Q” para que el público en general identifique este proyecto emblemático de la ciudad de Quito que busca reconocer la calidad turística en restaurantes, hoteles y operadores receptivos en aporte al desarrollo sostenible y competitivo del destino.

EJE 2: Promoción de la Feria Texturas, Colores y Sabores, evento de ciudad que ha venido construyendo su imagen y reputación por varios años consecutivos, razón por la que es importante realizar una comunicación efectiva para que los consumidores tengan conocimiento de los nuevos productos que se ofrecerán en la nueva edición de la feria y a su vez se genere el interés y motivación de visita y compra.

EJE 3: desfile de autos clásicos en torno a las fiestas de Fundación de la ciudad de Quito, en la cual se quiere presentar una oferta para la familia, locales y extranjeros, con la finalidad de exponer más de 90 autos clásicos, recorriendo desde el Sur de la ciudad hasta el Parque Bicentenario.

EJE 4: la plataforma digital abarcará herramientas para facilitar información de la ciudad de Quito, oferta cultural, gastronómica así como videos, fotografías, la misma que vinculará el APP, la web y los beacons ubicados estratégicamente en toda la ciudad.

CONDICIONES GENERALES

- Las empresas participantes que tengan cuentas en paraísos fiscales, no serán consideradas como parte de este proceso de selección, en atención al artículo 6, numeral 6 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública (LOSNCB).
- El proceso de calificación se iniciará con la recepción de al menos 3 propuestas.

- Para la presentación de las propuestas se debe llenar obligatoriamente los formularios que se envían y cada punto deberá venir respaldado con el anexo indicado.
- Los formularios de calificación y los anexos correspondientes deben ser enviados a las oficinas de Quito Turismo en sobre cerrado a nombre de Carla Cárdenas, Jefe de Promoción de Quito Turismo. La dirección es: Av. Amazonas N79-39 y Av. De La Prensa. (Centro de Convenciones Bicentenario – Antiguo Aeropuerto).
- Cada sobre debe contener dos (2) copias de formularios con sus respectivos anexos.
- **La fecha límite para la llegada de los sobres físicos es el martes 12 de septiembre de 2017, hasta las 16h00 pm. Los sobres que lleguen luego de la fecha y hora indicada no podrán ser parte del proceso de calificación.**
- Se calificarán las propuestas que cumplan con todos los requisitos de elegibilidad.
- Se tomarán en cuenta propuestas innovadoras y actividades que vayan enfocadas al posicionamiento de los ejes de la campaña promocional.

A continuación los requisitos que deben presentar las empresas que deseen participar en esta muestra de interés:

1. REQUISITOS DE ELEGIBILIDAD (FORMULARIO 1A)

EMPRESA

GENERALES

- 1.1. Estar constituida bajo la normativa legal vigente de Ecuador. Para cumplir con este requisito, deberán enviar copias simples de los siguientes documentos: nombramiento del representante legal, Registro Único de Contribuyentes (RUC), Registro Único de Proveedores (RUP).
- 1.2. Experiencia mínima de 3 años en la realización de campañas publicitarias de posicionamiento de marca. (Dos certificados con validez de los últimos 5 años y 2 ejemplos de campañas publicitarias de posicionamiento de marca ejecutadas por la empresa, se debe sustentar con al menos un contrato de 100.000 dólares).

ESPECÍFICOS

- 1.3. Experiencia previa en ejecución de campañas publicitarias que incluyan activaciones y eventos BTL. (Un certificado con validez de los últimos 5 años, deberá sustentar con un contrato de al menos 50.000 dólares).

PERSONAL TÉCNICO MÍNIMO REQUERIDO

- 1.4. Para la ejecución de las campañas publicitarias, la empresa deberá contar con un personal técnico que incluya: 1 Director Creativo, 1 Community Manager y 1 Ejecutivo de Cuenta, quienes deberán contar con la disponibilidad necesaria para dar respuesta a los requerimientos de Quito Turismo durante la ejecución de la campaña. Deben contar con un título universitario de 3er. Nivel en publicidad, diseño y/o carreras afines inscritos en

el SENESCYT. Se deberá adjuntar un certificado de trabajo de cada uno y la hoja de vida, que incluya copia del título universitario.

2. PROPUESTA TÉCNICA (FORMULARIO 2A)

- 2.1. Para este proceso, es necesario presentar una propuesta técnica, misma que deberá contemplar ***al menos*** los siguientes servicios:

EJE 1: DISTINTIVO Q

Duración: 7 meses

Servicio	Descripción	Cantidad mínima
Material Promocional POP Debe incluir el desarrollo y producción de arte y/o diseño	Merchandising con marca Distintivo “Q” (camisetas)	100
	Merchandising con marca Distintivo “Q” (pulseras)	1000
	Merchandising con marca Distintivo “Q” (delantales)	100
	Flyers informativos Distintivo “Q”	3000
	Catálogos informativos de socios Distintivo “Q”	300
	Roll ups	10
	Placas con imagen de la campaña (material acrílico)	55
Plan de medios masivos Se enfocarán fundamentalmente alrededor de hitos de ciudad como: Fiestas de Quito, Navidad, Carnaval y Semana Santa.	Plan de pauta en radio en base a los cuatro hitos de la ciudad: Fiestas de Quito, Navidad, Carnaval y Semana Santa, Con cuñas de 30 segundos Menciones en programas radiales Horarios AA o AAA Al menos 10 radios nacionales Audiencia medio, medio alto y alto.	1
	Pautaje publicitario en medios de comunicación impresos y masivos (insertos) en Quito, Guayaqui y Cuenca. Formato A4. 21cm x 27 cm a full color, 4 páginas	6

Producción de piezas promocionales	Producción de cuña publicitaria para radio de 30 segundos de duración. Se deberá incluir el guión que será aprobado por Quito Turismo. Se deberá entregar un master del material en bruto sin transformar la calidad del mismo y con derechos ilimitados de uso.	5
	Gifts animados	30
	Artes para post digitales para facebook	40
	Artes para post digitales para twitter	30
	Videos testimoniales para facebook y twitter (máximo un minuto)	15
Redes sociales	Pautaje en Facebook con estrategia para generar tráfico hacia la página web quito.com.ec, alcance e interacción de las piezas comunicacionales requeridas	2.000.000 (impresiones/alcance)
	Pautaje en Twitter con estrategia para generar tráfico hacia la página web quito.com.ec, alcance e interacción de las piezas comunicacionales requeridas.	150.000 (impresiones) (1.500 tráfico, like, rtwitter)
	Concurso en redes sociales	2
Publicidad exterior. Ciudades: Quito, Guayaquil y Cuenca	Brandeo de transporte público (incluye desarrollo de arte y producción de material) Publicidad posterior 2m de ancho x 1m de alto. Publicidad Lateral 4m de ancho x 1,20 de alto. Las rutas deben cruzar las principales arterias urbanas por tres meses.	30
	Vallas publicitarias (incluye desarrollo de arte y producción de material) que deben ser ubicadas en puntos de alto tráfico de cada ciudad. Quito (2), Cuenca (2) y Guayaquil (2)	6
Relaciones públicas con medios de comunicación y actores comerciales estratégicos	Estrategia freepress de relaciones públicas con medios de prensa, líderes de opinión y socios comerciales para la ejecución de un plan de difusión de los establecimientos del Distintivo "Q".	1

Eventos y activaciones BTL	Rueda de Negocios con Socios Distintivo "Q". Quito Turismo proporcionará el Centro de Convenciones Eugenio Espejo para esta actividad. Se deberá incluir: convocatoria (industria turística y prensa), confirmación y logística. Evento para 150 personas aprox.	1
Otras actividades sugeridas por la empresa		

EJE 2: TEXTURAS, COLORES Y SABORES

Duración: 2 meses

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD MINIMA
Plan de Medios (pautaje en radio y TV nacional o cable)	<i>Plan de pauta en Radio:</i> Cuñas de 30 segundos Horarios estelares / AA o AAA Al menos 5 radios de Quito	310
	Menciones radiales en programas de mayor audiencia Horarios estelares AA o AAA Al menos 5 radios de Quito	12
	Plan de pauta en TV nacional, de 30 segundos. Quito Turismo gestionará con un canal para realizar una campaña cooperada en base a USD 10.000	1
	Producción de cuña promocional para radio de 30 segundos de duración. *Se deberá incluir el guión que será aprobado por Quito Turismo, se deberá entregar un master del material en bruto sin transformar la calidad del mismo.	1
	Producción de spot promocional para TV de 30 segundos de duración. *Se deberá incluir el guión que será aprobado por Quito Turismo, se deberá entregar un master del material en bruto sin transformar la calidad del mismo.	1
Pautaje en Redes Sociales	Pautaje en Facebook (impresiones/alcance)	450.000
	Pautaje en Twitter (impresiones)	150.000

	Producción de piezas promocionales como banners y otros recursos gráficos que den soporte al pautaaje. Estas piezas promocionales pueden ser animadas o estáticas.	60
Publicidad Exterior Ciudad: Quito	Vallas publicitarias (Quito) (incluye desarrollo de arte y producción de material) que deben ser ubicadas en puntos de alto tráfico.	3
	Brandeo de Buses (Quito) Publicidad posterior 2m de ancho x 1m de alto. Publicidad lateral 4m de ancho x 1,20 de alto.	17
Pautaje en medios masivos	Pautaje publicitario en medios de comunicación impresos y masivos (insertos). Formato A4. 21cm x 27 cm a full color, 4 páginas	1
Otras actividades sugeridas por la empresa		

EJE 3: AUTOS CLÁSICOS

Duración: 45 DÍAS

Servicio	Descripción	Cantidad minima
Material Promocional POP Debe incluir el desarrollo producción de arte y/o diseño	Roll ups	1
	Inflable: tubular de 6x4.50 metros externo y de 3.50 x 4.00 metros interno, fabricada en tela lafayette carpero, publicidades frente y posterior, con funcionamiento solo el día del evento.	2
Redes sociales	Publicación de fotos durante el evento para facebook 30 y para twitter 30	60
	Transmisiones en vivo para facebook y twitter. Las transmisiones deberán ser realizadas al inicio del desfile, a la llegada y durante la exposición. Las transmisiones deben incluir entrevistas.	3
	Pautaje en Facebook con estrategia para generar tráfico hacia la página web quito.com.ec, alcance e interacción de las piezas comunicacionales requeridas	450.000 (impresiones/ alcance)

	Pautaje en Twitter con estrategia para generar tráfico hacia la página web quito.com.ec, alcance e interacción de las piezas comunicacionales requeridas	50.000 (impresiones) (300 tráfico, like, rtwitter)
Publicidad exterior Ciudad: Quito	Brandeo de transporte público (Incluye desarrollo de arte y producción de material) en Quito. Publicidad posterior 2m de ancho x 1m de alto. Publicidad Lateral 4m de ancho x 1,20 de alto. Las rutas deben cruzar las principales arterias urbanas.	3
	Valla publicitaria (Quito); debe ser ubicada en puntos de alto tráfico.	1
Eventos y activaciones BTL	Activación BTL el día del evento, en el Parque Bicentenario con varias actividades dirigidas a: 1. al menos 100 niños. 2. Público en general al menos 300 personas. 3. Dirección y ubicación de personas durante la exhibición.	1
	Material para activación BTL (día del desfile): a sugerir por el proveedor. Ideas creativas que integran elementos de la época colonial quiteña como: sombreros de copa, paraguas, entre otros; además frases y material para foto boot a lo largo del desfile, en tres puntos a definir ubicados en el Sur, Centro Histórico y Norte.	3
Otras actividades sugeridas por la empresa		

EJE 4: PLATAFORMA DIGITAL

Duración: 7 meses

Servicio	Descripción	Cantidad minima
Material Promocional POP Debe incluir el desarrollo producción de arte y/o diseño	Flyers informativos	100.000
	Porta flyers plástico	100
	Porta flyers en cartón	500
	Individuales de papel	5.000
	Roll ups	10
	Chalecos unisex tallas S, M, L, XL tela acolchada diferente coqueado semipermeable, color negro	50

Plan de medios masivos Ciudades: Quito, Guayaquil y Cuenca	Plan de pauta en radio con cuñas de 30 segundos Menciones en programas radiales Horarios AA o AAA Al menos 10 radios nacionales (días/fases) Audiencia medio, medio alto y alto.	1
	Plan de pauta cinematográfica con productos animados. El guión literario debe ser aprobado previamente por Quito Turismo para su producción. El producto final deberá tener una duración de 30 a 45 segundos, se deberá entregar el master del material editado en datos y el material en bruto sin transformación de calidad. (días/ fases/ UIO/ GYE/ CUE)	1
Producción de piezas promocionales	Elaboración de cuña publicitaria para radio de 30 segundos de duración. Se deberá incluir el guión literario que será aprobado por Quito Turismo. Se deberá entregar un master del material en bruto sin transformar la calidad del mismo y con derechos ilimitados de uso.	3
	Video tutorial para viralización APP	1
	GIFS animados	4
	Artes para post digitales para facebook y Twitter JPG	50
Redes sociales	Pautaje en Facebook, con estrategia para generar tráfico hacia la página web quito.com.ec, alcance e interacción de las piezas comunicacionales requeridas	450.000 (impresiones/ alcance)
	Pautaje en Youtube	10.000 (impresiones)
	Pautaje en Twitter con estrategia para generar tráfico hacia la página web quito.com.ec, alcance e interacción de las piezas comunicacionales requeridas	100.000 (impresiones) (2.000 tráfico, like, rtwitter)

Publicidad exterior. Ciudades: Quito, Guayaquil y Cuenca.	Brandeo de transporte público (incluye desarrollo de arte y producción de material) Quito (3), Guayaquil (2) y Cuenca (1). Publicidad posterior 2m de ancho x 1m de alto. Publicidad Lateral 4m de ancho x 1,20 de alto. Las rutas deben cruzar las principales arterias urbanas por 3 meses.	6
	Vallas publicitarias Quito 2, Cuenca 2, Guayaquil 2 en puntos de alto tráfico.	6
	Montaje y desmontaje de publicidad en las estaciones de transporte público y Aeropuerto Mariscal Sucre (espacios gestionados por Quito Turismo) Incluye desarrollo de arte y producción de material (Poster A3 transporte público-117 y vallas en aeropuerto 3)	120
Campaña digital	Google Adward, texto y display Posicionamiento relacionado con las siguientes palabras clave: Quito, Ecuador, Viajes, Turismo, Experiencia, Cultura, Gastronomía, Aventura, Naturaleza, Mitad del Mundo, destinos, smartcities. Pauta con estrategia para generar tráfico hacia la página web quito.com.ec, alcance e interacción de las piezas comunicacionales requeridas. Inglés y español, en los países prioritarios: USA, Canadá, UK, Alemania, España, México, Argentina, Colombia y Ecuador.	3 meses
	Banner en páginas web de alto tráfico, al menos 30 días	5
Eventos y activaciones BTL	BTL experiencial en cines y producción de video para viralizar.	4
	Evento BTL para el lanzamiento y posicionamiento de marca “Distintivo Q”, video y web de Quito, en un lugar emblemático de la ciudad. Se deberá incluir: convocatoria (industria turística y prensa), confirmación y logística. Activación gastronómica. Evento para 300 personas aprox.	1
Otros medios	Envíos masivos por WhatsApp	2
Otras actividades sugeridas por la empresa		

3. PROPUESTA ECONÓMICA (FORMULARIO 3A)

- 3.1 Para este proceso es necesario presentar una propuesta económica de los servicios solicitados en la propuesta técnica, indicando la tarifa como está establecido en el Formulario 3A de acuerdo a los 4 ejes de la campaña promocional.

Para cualquier inquietud, por favor comunicarse con Carla Cárdenas al 2993300 ext. 1026 o al correo electrónico ccardenas@quito-turismo.gob.ec