



TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE NORTEAMÉRICA, EUROPA Y RESTO DEL MUNDO PARA LOS AÑOS 2022 Y 2023

1. ANTECEDENTES

Mediante la Ordenanza Metropolitana N°309, se crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico “Quito Turismo”, entidad jurídica de derecho público cuyos objetivos parten del principio de la ejecución de políticas, planes, programas y proyectos para el posicionamiento de la ciudad de Quito como destino turístico sostenible a nivel nacional e internacional, así como el mejoramiento y difusión de los lugares turísticos y actividades culturales de Quito y sus áreas aledañas. Quito Turismo tiene como misión desarrollar y promocionar turísticamente al Distrito Metropolitano de Quito, en alianza con el sector turístico, en beneficio del visitante local, nacional y extranjero, tendiendo a promover las mejores prácticas de calidad, sostenibilidad e innovación y contando con el talento humano especializado. Y dentro de sus objetivos principales se encuentra el incrementar el impacto económico del turismo en el DMQ, esto se logra mediante la ampliación de la estancia promedio en la ciudad y el aumento del gasto promedio del visitante. Para lograr esto es necesario desarrollar productos atractivos que se alineen al perfil del visitante y establecer estrategias de promoción enfocadas en cada uno de los mercados potenciales.

El objeto principal de Quito Turismo según el artículo 15 de la Ordenanza Metropolitana N°309, ahora código municipal, es:

- a) Desarrollar la actividad turística en el Distrito Metropolitano de Quito, tales como la generación y reconversión de nuevos productos turísticos, adecuación de la infraestructura turística, capacitación, formación y profesionalización en el sector turístico, entre otras;
- b) Promocionar el Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional;
- c) Coordinar las actividades del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico;
- d) Fomentar la inversión en el sector turístico, a través de cualquier instrumento o sistema;
- e) Realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística y la producción de instrumentos de planificación y gestión en el sector turístico;
- f) Desarrollar, en el marco de la legislación vigente, rubros de negocios relacionados, directa o indirectamente, con las actividades turísticas previstas en la legislación ecuatoriana, en coordinación con otras empresas;
- g) Prestar servicios públicos, a través de la infraestructura a su cargo, como partícipe o integrador en la actividad de ferias, eventos y convenciones;
- h) Prestar servicios públicos relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de la actividad turística; e,
- i) Las demás actividades operativas relativas a las competencias que en el ámbito turístico corresponden al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, de conformidad con la ley, y las que en esta materia le han sido transferidas por el Gobierno Nacional.

Para el cumplimiento de su objeto y fines, la empresa pública metropolitana podrá transmitir la ciencia y técnica de mercadeo turístico; producir y difundir una imagen y marca del Distrito; editar, distribuir materiales promocionales y publicitarios; producir, comercializar mercaderías y artesanías relacionadas con la ciudad; y, organizar y participar en convenciones, ferias, eventos promocionales y comerciales.



Dentro del Plan Operativo Anual (POA/PAC) 2022 y 2023 del Departamento de Mercadeo y MICE de Quito Turismo en cumplimiento al objetivo estratégico de ejecución de acciones orientadas a la promoción internacional del destino Quito ha incluido como objetivo específico de trabajo la gestión del posicionamiento y la promoción del destino Quito a nivel local, nacional e internacional a través 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 largo plazo.

Es por esta razón que, para lograr este objetivo a nivel internacional, es importante contar con el servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito en los mercados de Norteamérica, Europa y resto del mundo para los años 2022 y 2023.

Este Plan Operativo Anual (POA/PAC 2022 y 2023) se deriva articuladamente de la Planificación Estratégica desarrollada por Quito Turismo y cuya misión se enfoca en la gestión y cumplimiento de funciones que buscan la estructuración de una herramienta estratégica que brinde el marco de gestión común para el Desarrollo Turístico Sostenible de Quito; la garantía de continuidad y sostenibilidad de las políticas públicas para el desarrollo turístico de la ciudad a través de estrategias y acciones acordadas y empoderadas por los actores clave del sector; y la viabilidad para el desarrollo e inversión del turismo para la atracción y llegada de visitantes internacionales a través de la coordinación institucional que fortalezca el posicionamiento de Quito como un destino turístico único y sostenible en el entorno sudamericano y mundial.

La visión del turismo de Quito plantea al destino como: "Quito, la Capital del Centro del Mundo, donde todo converge. Es el punto de encuentro de la Tierra y el Cielo, del Sol y las Estrellas, de los Cuatro Mundos de Ecuador. Es la Capital de la Latitud 0°, la Capital de las Flores, la Capital del Colibrí, la Capital del Cacao más fino del mundo. Con el Primer Patrimonio Mundial donde se unen lo prehispánico, lo colonial, las tradiciones y la modernidad, con culturas vivas ancestrales mestizas, mercados populares y ecosistemas únicos. Donde el visitante vive una sorpresa genuina, auténtica, simple; en cada paso, cada patio, cada balcón, entre calles y mercados populares, entre plazas y parques, en cada sabor y cada conversación con su gente, en su naturaleza única y la aventura."

"Quito es la Capital de la Mitad del Mundo, donde la cultura es naturalmente viva y la vida natural forma parte de su cultura."

Con el fin de fortalecer las acciones que se venían ejecutando en cumplimiento de la misión estratégica y la visión turística de la ciudad de Quito al 2021 y que seguirán impulsándose en el 2022 y 2023, se plantea tres ejes principales en los que Quito Turismo, como ente de promoción y desarrollo turístico de Quito debe enfocar la gestión de sus acciones y programas:

Conectividad: que engloba el desarrollo de estrategias para atraer nuevas opciones de conexión aérea a la ciudad de Quito.

Marketing: que engloba la ejecución de acciones de Marketing Online; Desarrollo de producto e inversiones y el Mercadeo y Promoción.

Producto de Alto Impacto: que engloba el desarrollo del producto MICE o Industria de Reuniones y la realización de estrategias que creen nuevos productos y atraigan inversiones.



Todas las estrategias y acciones que hagan parte del servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito deben estar enmarcadas en principios de trabajo que garanticen: sustentabilidad, una visión integral del marketing, innovación, gestión y liderazgo en el sector turístico y el empoderamiento compartido de los actores involucrados.

De acuerdo con estos ejes estratégicos, las direcciones de Mercadeo y MICE de Quito Turismo, requieren del servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito en los mercados de Norteamérica, Europa y resto del mundo para los años 2022 y 2023, que les permita realizar acciones de trabajo que fortalezcan articuladamente los ejes de Marketing y Producto de Alto Impacto, aprovechando los recursos tecnológicos que actualmente existen a nivel mundial.

2. JUSTIFICACIÓN

La contratación del SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE NORTEAMÉRICA, EUROPA Y RESTO DEL MUNDO PARA LOS AÑOS 2022 Y 2023, objeto del presente proceso, hace parte de la estrategia de marketing internacional para la ciudad de Quito, que segmenta las acciones promocionales en función de la diferenciación de los mercados objetivos, se considera la promoción y difusión turística del destino en los mercados de acuerdo con el siguiente direccionamiento:

Mercados de Desarrollo: aquellos que lideran las llegadas al destino Quito, es decir, el destino está posicionado y las relaciones comerciales con el sector turístico tienen una madurez establecida, estos requieren fortalecer la inversión en acciones promocionales B2B y B2C.

Países: Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Benelux, México y Argentina.

Mercados de Posicionamiento: mercados en los que el destino tiene alguna cualidad o fortaleza diferencial (conectividad, relación potencial, compatibilidad), pero que aún no se han establecido lazos comerciales con el sector turístico. El visitante no tiene aún posicionado al destino de forma notoria, por lo que se requiere acciones promocionales que busquen enviar mensajes simples sobre los atributos diferenciales del destino, soporte en prensa y trabajo enfocado al sector B2B.

Países: Francia, Italia, Canadá y Australia.

Mercados de Mantenimiento: son aquellos considerados naturales, que por algún motivo consideran la visita a Quito como algo que ocurrirá por el hábito de viaje o por una dinámica natural hacia el destino. Suelen ser mercados de volumen importante para el destino, y donde el sistema turístico está organizado y maduro para facilitar el viaje, por tanto, las acciones que se ejecuten deben buscar fortalecer la presencia del destino.

Países: Colombia, Perú, España y Brasil

Mercados de Oportunidad: sobre los cuales no se plantean acciones continuas a largo plazo, sino únicamente el aprovechamiento de una oportunidad que se genere por algún acercamiento del mercado, esta decisión de acción debe evaluarse considerando el nivel de aporte y rentabilidad



para el sector. Se debe buscar principalmente acciones que generen impacto en prensa para lograr notoriedad del destino.

Países: Chile, China y Japón

El turismo a nivel mundial es una de las industrias con mayor crecimiento e importancia en el ámbito económico, ambiental y sociocultural. Esta importancia se evidencia en el alza en la generación de importantes ingresos para la mayoría de los países que han intervenido de manera responsable y sostenible sobre sus productos y atractivos turísticos.

Durante el 2020 y 2021, el turismo mundial ha pasado por una situación muy atípica y perjudicial a causa de los efectos provocados por la pandemia del COVID – 19, que ha generado grandes pérdidas para la industria. Sin embargo, el 2022 se avizora como un año de esperanza y reactivación global, una oportunidad para retomar acciones y fortalecer el posicionamiento de los destinos en sus mercados prioritarios.

Según el Barómetro de la Organización Mundial de Turismo (OMT), en relación con el turismo mundial, las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) aumentaron un 58% de julio a septiembre de 2021, comparado con el mismo período de 2020. Sin embargo, las cifras estuvieron un 64% por debajo de los niveles de 2019, según datos disponibles. Europa registró los mejores resultados en el tercer trimestre, con las llegadas internacionales un 53% por debajo del mismo período de 2019. En agosto y septiembre, las llegadas se situaron en -63% con respecto a 2019, los mejores resultados mensuales desde el inicio de la pandemia.

Entre enero y diciembre de 2021, las llegadas internacionales en todo el mundo fueron un 20% inferior a las de 2020, lo que representa una clara mejora sobre los primeros seis meses del año (-54%). En algunas subregiones (Europa meridional y mediterránea, el Caribe, América del Norte y Central), las llegadas superaron los niveles del mismo período de 2020. Algunas islas del Caribe y Asia meridional, así como varios destinos pequeños de Europa meridional encabezan los resultados del tercer trimestre de 2021, con llegadas similares o superiores a los niveles prepandemia¹.

Según el secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili: "Los datos del tercer trimestre de 2021 son alentadores, pero las llegadas son todavía un 76% inferiores a los niveles prepandemia, y los resultados siguen siendo desiguales en las diferentes regiones del mundo." Ante el aumento de contagios y posibles mutaciones del coronavirus, añade que "son motivos para no bajar la guardia y continuar nuestros esfuerzos para asegurar un acceso equitativo a la vacunación en todo el mundo, así como tener procedimientos de viaje coordinados, y hacer uso de certificados de vacunación digitales para facilitar la movilidad y continuar apoyando al sector".

A pesar de la mejora del tercer trimestre del año anterior, el ritmo de recuperación sigue siendo lento y desigual en las distintas regiones del mundo. Esto se debe a diferencias en las restricciones de movilidad, las tasas de vacunación y la confianza del viajero. Si bien Europa (-53%) y las Américas (-60%) registraron mejoras relativas durante el tercer trimestre de 2021, las llegadas a Asia y el Pacífico disminuyeron un 95% con respecto a 2019, ya que muchos destinos permanecían cerrados a viajes no esenciales. África y Oriente Medio registraron caídas del 74%

¹ <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347>



y 81% respectivamente en el tercer trimestre en comparación con 2019. Entre los destinos de mayor envergadura, Croacia (-19%), México (-20%) y Turquía (-35%) obtuvieron los mejores resultados en julio-septiembre de 2021, según la información disponible actualmente.

Los datos de ingresos por turismo internacional también muestran una mejora en el tercer trimestre de 2021. México registró unos ingresos equivalentes a los de 2019, mientras que Turquía (-20%), Francia (-27%) y Alemania (-37%) registraron caídas algo menores que en meses anteriores del año. Los resultados de turismo emisor también fueron moderadamente mejores. Francia y Alemania registraron un -28% y -33% de gasto en turismo internacional respectivamente durante el tercer trimestre.

El gasto promedio por viaje aumentó considerablemente debido al gran volumen de ahorro y la demanda contenida, que han moderado el impacto sobre la economía. Los ingresos por turismo internacional aumentaron de un promedio por llegada de US \$ 1.000 a US \$ 1.300 entre 2019 y 2020, y podría haber superado los US \$ 1.500 en 2021. Sin embargo, el mayor gasto también es el resultado de estancias más largas y el aumento de los precios del transporte y el alojamiento.

A pesar de las mejoras recientes, las tasas de vacunación desiguales y las nuevas cepas de Covid-19 podrían afectar la recuperación ya de por sí lenta y frágil. La tensión económica causada por la pandemia también podría afectar la demanda de viajes, agravada por el reciente aumento de los precios del petróleo y la interrupción de las cadenas de suministro. Según los últimos datos de la OMT, las llegadas de turistas internacionales en 2021 se sitúan entre un 70% y un 75% por debajo de los niveles de 2019, una caída similar a la de 2020.

Los ingresos por turismo internacional habrían alcanzado los 700 u 800 mil millones de dólares en 2021, una pequeña mejora con respecto a 2020, pero menos de la mitad de los 1,7 billones de dólares registrados en 2019. La contribución económica del turismo se estima en 1,9 billones de dólares para 2021 (en términos de producto interior bruto turístico directo) muy por debajo del valor de 3,5 billones de dólares anterior a la pandemia.

La reanudación segura del turismo internacional seguirá dependiendo en gran medida de una respuesta coordinada entre los países en cuanto a restricciones de viaje, protocolos armonizados de seguridad e higiene y comunicación eficaz para ayudar a restaurar la confianza de los consumidores. Esto es particularmente crítico en un momento en que los casos están aumentando en algunas regiones y están surgiendo nuevas variantes de Covid-19 en diferentes partes del mundo.

El aumento de la demanda se debe en parte a la mejora de la confianza del viajero en un contexto de fuerte avance de la vacunación y reducción de las restricciones de entrada en muchos destinos. En Europa, el Certificado COVID Digital de la UE ha ayudado a facilitar la libre circulación dentro de la Unión Europea, liberando una gran parte de demanda acumulada tras muchos meses de restricciones de movimiento. En enero-septiembre de 2021 Europa registró apenas un 8% menos de llegadas que el mismo periodo de 2020, aunque un 69% menos que en 2019. La región de las Américas registró los mejores resultados de enero-septiembre, con llegadas un 1% por encima de 2020, aunque un 65% por debajo de los niveles de 2019. El Caribe tuvo los mejores resultados a nivel de subregión, con un aumento del 55% en llegadas con respecto al mismo período de 2020, aunque todavía un 38% por debajo de 2019.

En Ecuador en 2021 ha recibido un total de 434.620 visitantes extranjeros, cifras que van muy por debajo a lo que se registraba en 2019, sin embargo, esto se debe a la pandemia. Los

principales mercados emisores siguen siendo los ubicados en el continente americano, destacándose Estados Unidos que es el principal mercado emisor y representa el 45,97% del total de llegadas al país².

MERCADOS PRIORITARIOS PARA QUITO

El Plan Operativo Anual (POA/PAC) 2022 / 2023 de la Dirección de Mercadeo propuesto para la ejecución de estrategias de desarrollo turístico para el año, considera la promoción internacional en mercados de Norteamérica, Sudamérica y Europa.

En relación con la ciudad de Quito de acuerdo con el Sistema Institucional de Indicadores Turísticos SIIT, durante el 2019, un año prepandemia que sirve de referencia para efectos estadísticos, se recibió aproximadamente 687.000 turistas. De este total el mercado de Estados Unidos ha registrado un total de 180.515 llegadas que corresponden al 26% de participación de este mercado en el turismo global de la ciudad. Esto demuestra que antes de la pandemia y aún en ella sigue siendo el principal mercado internacional emisor para Quito, sin embargo, es importante recalcar que la promoción en el resto de los mercados internacionales no deja de ser importante, puesto que el interés de viaje y la confianza sigue incrementándose a nivel mundial y eso es una oportunidad para que Quito siga posicionándose como un destino turístico ideal para los intereses de los turistas post pandemia.

En el caso de Canadá en el año 2019, 23.863 visitantes que corresponde al 5% de participación y México, registró un total de 21.035 visitantes con una participación del 3% del total. Razones por las que estos mercados se convierten en un eje potencial para el desarrollo de estrategias de promoción del destino Quito a corto plazo que involucren directamente la participación de la industria turística y los consumidores finales.

En lo que respecta a Sudamérica, los mercados naturales para la ciudad son Colombia, que actualmente representa un 10% de las llegadas al país, pese a ser un año de pandemia, Perú un 3%.

Además, dentro del top ten de mercados prioritarios en Sudamérica, se ubica también Brasil con un aporte del 3%, sin dejar de lado a Chile, que en los últimos años ha ido creciendo en su interés de visitar a Quito.

En el continente europeo, el movimiento de personas por turismo cada vez es mayor, a pesar de los altos y bajos evidenciados a causa de la pandemia, es necesario empezar a retomar el espacio perdido en estos mercados que son tan importantes para el destino.

Los mercados europeos prioritarios para Quito son Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Francia y España, los mismos que han tenido una grave afectación durante estos dos años de pandemia, pero también los que más interés de viaje han demostrado, iniciando con una recuperación, local, regional y finalmente iniciando viajes intercontinentales.

Son mercados en donde Quito ya ha trabajado algunas acciones de promoción y que es necesario retomarlas por el bien de la reactivación turística.

² <https://servicios.turismo.gob.ec/entradas-y-salidas-internacionales>



Se estima que al cierre de 2021 la cifra de llegadas alcanzó a 250.398 visitantes a la ciudad de Quito que correspondería a un crecimiento del 30,8% en comparación al 2020, en donde se registró una caída de más del 70% debido a la pandemia.

De acuerdo a los antecedentes mencionados y con la finalidad de fortalecer e incentivar el turismo a la ciudad de Quito por parte de visitantes de los mercados internacionales, surge la necesidad de contratar el servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para los mercados de Norteamérica, Europa y resto del mundo para los años 2022 y 2023 que incluya estrategias de promoción, difusión y relaciones públicas para el Distrito Metropolitano de Quito y aporte así a la consecución de los objetivos del destino.

Las acciones de promoción que se incluyen en el servicio mencionado buscan incrementar el número de turistas procedentes de estos mercados, la atracción de eventos a la ciudad, así como la participación económica del turismo en las cifras macroeconómicas de la ciudad y el país.

Es importante mencionar que los mercados y estrategias promocionales propuestas por Quito Turismo coinciden plenamente con los identificados por el Ministerio de Turismo en función país, cuyo plan de acción promocional del destino ha incluido actividades como: presentación de spots publicitarios en eventos importantes, ferias, roadshows, workshops, viajes de prensa, viajes de familiarización, entre otras, enfocadas directamente a segmentos de mercado importantes como: industria turística, prensa, inversionistas turísticos y el consumidor final.

Quito Turismo ha determinado que es fundamental contar con el servicio objeto de este proceso en los mercados prioritarios identificados, puesto que no se cuenta con el recurso humano propio y profesional residente en ninguno de los mercados internacionales, esto implicaría un sinnúmero de trámites legales y acuerdos multinacionales que permitan que Quito Turismo pueda como empresa pública de un gobierno local establecerse como una entidad jurídica acorde a las políticas de cada país, por otro lado, para poder llevar a cabo nuestro plan estratégico de difusión y promoción turística de ciudad es necesario llevar a cabo una serie de acciones promocionales que necesitan ser negociadas y desarrolladas en el país a donde se quiere llegar con las acciones, debido a razones de precio, facilidad de logística, poder de negociación, experiencia y contacto directo que tendría la empresa de relaciones públicas con todos los actores locales como: tour operadores, periodistas, aerolíneas, inversionistas, líderes de opinión, entre otros, considerados ejes claves para la realización de las campañas y acciones de promoción planificadas.

Es importante también analizar el impacto económico que se busca con este proceso. Si se considerase contratar a una persona en cada uno de los mercados habría que tomar en cuenta que el sueldo básico en cada país de los mercados prioritarios es de:

MERCADO NORTEAMERICA	DOLARES
ESTADOS UNIDOS	\$ 1.256,70
CANADA	\$ 2.367,70
MEXICO	\$ 172,50
TOTAL, POR MES	\$ 3.796,90
TOTAL, POR AÑO	\$ 45.562,80

Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/smi>

MERCADO EUROPA	DOLARES
ALEMANIA	\$ 1.907,45
REINO UNIDO	\$ 1.955,51
ESPAÑA	\$ 1.335,22
FRANCIA	\$ 1.834,66
HOLANDA	\$ 1.974,17
TOTAL, POR MES	\$ 9.007,01
TOTAL, POR AÑO	\$ 108.084,12

Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/smi>

MERCADO SUDAMERICA	DOLARES
BRASIL	\$ 219,85
ARGENTINA	\$ 399,87
COLOMBIA	\$ 248,12
TOTAL, POR MES	\$ 867,84
TOTAL, POR AÑO	\$ 10.414,08

Fuente: <https://datosmacro.expansion.com/smi>

Este sueldo básico es para un solo funcionario, pero si consideramos que se requiere contratar a un profesional con experiencia en Turismo, relaciones públicas y representación, implica que debe ser una persona con al menos tercer nivel de preparación, con conocimiento de la industria turística del mercado en donde esté basada, que no ganará solamente un sueldo básico. Además, deberá contar con un equipo de trabajo que pueda apoyar a la ejecución de las acciones promocionales que la ciudad requiere para posicionarse a nivel internacional.

Por otro lado, si se contrata el servicio de relaciones públicas y representación para la promoción de Quito en el extranjero, se garantiza la realización de la mayor cantidad de acciones promocionales, puesto que lo asumirá una empresa constituida y con experiencia en cada mercado, que además contará con un equipo de trabajo profesional y el costo evidentemente será menor al anterior panorama.

El servicio de relaciones públicas y representación para Quito Turismo, durante el 2022 y 2023, luego del análisis técnico de opciones, constituye un planteamiento clave para los objetivos de promoción que tiene la ciudad, puesto que contar con el direccionamiento y experiencia de una empresa internacional, abre la posibilidad a Quito Turismo de dar una permanencia y continuidad a las acciones promocionales que se realizan en los mercados objetivos de una manera efectiva, puesto que se optimizan recursos, se mejoran negociaciones con actores turísticos y se minimizan tareas administrativas, potenciando de esta manera el impacto y consecución de las metas en beneficio de la ciudad de Quito y su promoción turística internacional.

Cabe recalcar que el contratar el servicio de relaciones públicas y representación en el extranjero ayudará al destino a conseguir mejores resultados en productos no solo en el área de promoción sino también de comunicación y turismo MICE (Meetings, Incentives, Convention & Exhibitions).

Dentro del servicio requerido se incluye también la elaboración y distribución de newsletters y notas de prensa que permitirá una gestión directa de la comunicación y difusión del Destino



Quito con los stakeholders: medios de comunicación, líderes de opinión, operadores turísticos, aerolíneas, gremios y demás actores relacionados con el turismo en cada uno de los mercados prioritarios definidos por Quito Turismo (Norteamérica, Europa y Resto del Mundo).

Tanto el turismo de ocio (Leisure) como de reuniones (MICE) necesita de herramientas específicas para generar un impacto en la promoción de Quito como un destino ideal para realizar actividades y eventos internacionales, y esto se logra a través de una empresa internacional que tenga el conocimiento de las características de estos dos segmentos y la experiencia en los mercados propuestos, con el fin de ejecutar todas las actividades promocionales en los mercados internacionales que las Direcciones de Mercadeo y MICE han planificado para reforzar sus objetivos de promoción de destino Quito en el exterior.

Pilar de turismo de reuniones (MICE)

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT) en su Informe global sobre la industria de reuniones, las actividades de la Industria de Reuniones & Eventos adquieren cada vez más importancia en el crecimiento de la economía mundial, como parte fundamental de la difusión de conocimientos y prácticas profesionales, así como factor clave para mejorar el entendimiento entre distintas regiones y culturas, es un segmento turístico altamente rentable de gran importancia para el desarrollo socioeconómico de los destinos receptores, puesto que regula la característica estacionalidad de la demanda turística, incrementa la ocupación en las temporadas bajas, eleva la estadía promedio y contribuye a mejorar el gasto promedio de los visitantes, impulsa la creación y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, además de apoyar la generación y distribución del ingreso por turismo en zonas específicas.

Dentro del Plan Estratégico de la Empresa, se determina además que el turismo de reuniones es uno de los elementos que tienen mayor influencia en la economía de nuestro país. Según la investigación realizada por Quito Turismo, este segmento genera entre 5 y 7 veces más ingresos que el turismo tradicional de ocio o placer, ya que cada turista de negocios tiene un gasto aproximado de \$607³ por cada tres días de evento, involucrando en la cadena de valor a diferentes sectores tanto público, privado; actores y gremios de profesionales, entre ellos: promoción, alimentación, locaciones, transporte, decoración, hospedaje, y demás servicios y experiencias. Es así como, considerando el alto impacto de la industria de reuniones, se ha incluido dentro del Plan Operativo Anual (POA/PAC) 2022 / 2023 de la Dirección MICE, la ejecución de estrategias de promoción internacional de Quito como destino MICE en los mercados de Norteamérica, Sudamérica, Europa y resto del mundo.

Por los motivos antes expuestos se entiende el interés de muchos destinos turísticos por desarrollar el turismo de reuniones, el cual se asocia con los beneficios directos que este sector genera:

- a) Regula la estacionalidad de la demanda turística;
- b) Mejora la ocupación en temporadas bajas; La prolongada duración de algunos eventos promueve una estadía mayor de los visitantes en el destino, con el consecuente incremento del gasto total.
- c) Contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes
- d) Crea empleos, generalmente, calificados;

³ Consultoría Gasto promedio Quito Turismo - Segmento Mice

- e) Moviliza localmente una gran cantidad de dinero en otras actividades económicas existentes en la comunidad receptora, en especial las dedicadas a proveer de servicios específicos (traducción, decoración, catering, seguridad, etc.), hoteles, restaurantes, como así también lugares de espectáculos y de compras.
- f) Promueve la capacitación e intercambio profesional y de conocimientos;
- g) Se constituye como una herramienta de paz entre los países;
- h) Moviliza localmente una gran cantidad de dinero como consecuencia del eslabonamiento productivo con otras actividades económicas;
- i) Se constituye como un factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales;
- j) Promociona el destino ya que un alto porcentaje de los participantes repite su visita al lugar; y mejora la infraestructura al incrementarse el número de eventos surge la necesidad de mejorar los servicios.
- k) Hay mayor distribución del ingreso per cápita y mayor generación de empleos – se utilizan todos los sectores de servicios, alimentos y bebidas, transporte, alojamiento, compras etc.
- l) Promoción focalizada – la promoción del destino se centraliza hacia los comités organizadores de eventos.

El Plan Estratégico de Turismo de Quito se desarrolla a partir de tres pilares o ejes estratégicos y se soporta en cinco principios de trabajo como se puede ver en la siguiente gráfica:



El programa MICE (Meetings, Incentives, Congress or Exhibitions por sus siglas en inglés) – Turismo de reuniones, dentro del Plan Estratégico de Quito Turismo cuenta con los siguientes objetivos y metas:

- a) Conformar una institución que represente a la comunidad de Quito en los mercados de reuniones
- b) Emprender un programa de capacitación y fomento al emprendimiento
- c) Contar con un esquema de financiamiento mixto que garantice la sustentabilidad de la UEN
- a. Lograr plasmar en la ordenanza que se asigne un 20% de la tasa de alojamiento para reuniones
- d) Articular narrativa y propuesta de valor que describan al destino como sede ideal para reuniones
- a. Contar con una marca para el turismo de reuniones de Quito

Las estrategias para plantear para promocionar a Quito como una ciudad sede de eventos internacionales son:

- ✓ *Estrategia 1: Liderazgo (organización efectiva y respetada)*



Orientada al liderazgo político, técnico (capacitación), así como a la ampliación multisectorial, para lograr una organización efectiva y respetada; y la organización del sector de MICE mediante la inclusión de los organizadores de eventos en el catastro turístico.

✓ *Estrategia 2: Marketing especializado MICE*

Orientada al desarrollo de un plan de promoción y atracción de eventos internacionales a Quito, con un posicionamiento especializado.

✓ *Estrategia 3: Programa de Postulaciones*

Contar con un cronograma para postulación de la ciudad de Quito como sede de eventos internacionales.

De acuerdo con el Orgánico Funcional de Quito Turismo, entre las Funciones de la Dirección MICE se encuentra el trabajo en conjunto con las asociaciones, cámaras, gremios, colegiados y empresas relacionadas para identificar oportunidades claves para crecer, atraer y crear eventos de negocios en los diversos sectores económicos de la ciudad, permitiendo así la generación de empleo a la industria turística, adicional a las siguientes:

- a) Posicionar internacionalmente a Quito como destino para la industria de reuniones.
- b) Incrementar la cantidad de congresos y convenciones internacionales (asociativos, corporativos y de organismos internacionales) en la ciudad de Quito para mejorar en el ranking ICCA y otros.
- c) Aumentar la estadía y gasto del visitante de turismo de reuniones en la capital.
- d) Generar estadísticas anuales para establecer el valor del mercado de reuniones.
- e) Aumentar el gasto promedio del visitante
- f) Aumentar al 5% de la cuota de mercado de eventos a nivel Sudamericano
- g) Aumentar el número de estadías en la ciudad (mayor a 3 días)
- h) Diversificación de los mercados prioritarios.
- i) Aumentar el poder de la marca turística de Quito.

La Industria de Reuniones (MICE) es un segmento turístico altamente rentable de gran importancia para el desarrollo socioeconómico de los destinos receptores, puesto que regula la característica estacionalidad de la demanda turística, incrementa la ocupación en las temporadas bajas, eleva la estadía promedio y contribuye a mejorar el gasto promedio de los visitantes, impulsa la creación y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas, además de apoyar la generación y distribución del ingreso por turismo en zonas específicas.

Bajo la Resolución Administrativa No. 045-GG-GS-2016 se aprueba las políticas de apoyo a eventos dentro de la división MICE, con el objetivo de dar apoyo e incentivos a los dueños de eventos que ejecuten sus encuentros en la capital ecuatoriana.

Durante el año 2020, Quito contaba con ser sede de cuatrocientos ochenta y dos (482) eventos nacionales e internacionales con una participación de aproximadamente cuarenta y cuatro mil ciento once (44.111) participantes, sin embargo, durante ese mismo año el setenta por ciento (70%) de todos los eventos previstos a realizarse se han posergido para los próximos años, debido al brote de coronavirus COVID-19 como pandemia global y a las medidas tomadas por todos los destinos.

El cierre de fronteras y limitaciones para la ejecución de eventos ha hecho que Quito pierda aproximadamente 3 millones de dólares (USD 3.000.000,00) en el segmento MICE entre 2020 y



2021, con la pérdida de empleos directos e indirectos dentro de las empresas organizadoras de eventos, así como de los hoteles que alquilan salones para eventos.⁴

A partir del 13 de septiembre de 2020 se da por finalizado del Estado de Excepción en todo el país ejecutado mediante Decreto Ejecutivo del presidente de la República se da impulso a la reactivación económica de todo el territorio, manteniendo como base clave de este proceso la preservación responsable de la salud de la población a través de la aplicación de las tres reglas de bioseguridad impuestas a nivel mundial.

Con fecha 11 de septiembre de 2020 el alcalde del Distrito Metropolitano, mediante Resolución de Alcaldía No. 060 autoriza el 30% del aforo para reuniones corporativas, académicas y ruedas de prensa, las cuales deberán seguir y cumplir con el Protocolo General de Bioseguridad para la Industria de Reuniones (MICE) y eventos sociales, su cadena de valor, al momento de reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por COVID 19.

A medianos de noviembre de 2020 el Gobierno Ecuatoriano anunció la llegada de la vacuna al país en su primera fase para mediados de enero 2021, lo que permitió un mayor control para evitar el contagio del virus en la población y sobre todo permitirá la reactivación económica de los sectores productivos y de la industria de reuniones.

En el año 2022, con más del 80% de la población vacunada para el mes de febrero, en la ciudad se han confirmado alrededor de (15) eventos nacionales e internacionales varios de los cuales ya se llevaron a cabo durante enero y febrero de 2022, siendo estos eventos del tipo corporativos, deportivos, congresos, académicos o científicos, entre otros. La ejecución de los eventos confirmados para el año 2022 y aquellos que se han posergado, significan el inicio de la reactivación económica de la Industria de Reuniones en la ciudad, sin embargo, y hasta que la situación de la pandemia se encuentre del todo controlada, se mantienen modificaciones constantes en aforos y restricciones a nivel local e internacional.

Estos eventos buscan cumplir con los siguientes objetivos: a) Dar a conocer productos turísticos y el destino Quito Meetings & Incentives b) Incrementar el conocimiento de la Quito Meetings & Incentives c) Incrementar conocimiento de marca MICE Quito Meetings & Incentives d) Incentivar la visita al destino turístico Quito para la ejecución de eventos e) Dar a conocer los principales atractivos de Quito, así como sus servicios para eventos f) Impactar de forma positiva con el consumidor y g) persuadir a los potenciales clientes a realizar sus encuentros en Quito.

Es así como para este 2022 y 2023, se ha planificado realizar la contratación de una *Oficina de Relaciones Públicas y Representación*, que nos permita cumplir con las metas y objetivos plantados por la EPMGDT, y de esta manera contar con un proveedor durante el período 2022 y 2023. Esto permitirá solventar la necesidad de seguimiento y gestión de acciones internacionales, llevada a cabo por la *Oficina de Relaciones Públicas y Representación*, lo que significará un continuo posicionamiento del destino, ya que generalmente se ha experimentado en años anteriores una brecha entre la finalización de un contrato y el inicio de una nueva contratación para el siguiente año. Ejemplos claros de estas situaciones se han generado en temas como: seguimientos de publicaciones en medios, seguimientos de acciones propuestas con la industria turística, seguimiento de eventos postulados, o la falta de acciones



promocionales, como envío de boletines o gestión con prensa, TTOO y OPC's en los mercados internacionales durante el período que toma la contratación de la nueva oficina de promoción para el año correspondiente.

La posibilidad de que esta *Oficina de Relaciones Públicas y Representación* trabaje para Quito Turismo, durante dos años consecutivos, luego de haber realizado un análisis técnico de opciones y la verificación de la existencia de disponibilidad presupuestaria, constituye un planteamiento clave para los objetivos de promoción que tiene la ciudad, puesto que contar con el direccionamiento y experiencia de una empresa dedicada a la planificación y ejecución de campañas promocionales de productos y/o destinos turísticos a nivel internacional durante dos años seguidos, abre la posibilidad a Quito Turismo de dar una permanencia y continuidad a las acciones promocionales que se realizan en los mercados objetivos de una manera efectiva, que permite optimizar recursos, mejorar negociaciones con actores turísticos y minimizar tareas administrativas, potenciando de esta manera el impacto y consecución de las metas en beneficio de la ciudad de Quito y su promoción turística internacional.

Tanto el turismo de ocio como de reuniones necesita de herramientas específicas para generar un impacto en la promoción de Quito como un destino ideal para realizar actividades y eventos internacionales, y esto se logra a través de una empresa internacional que tenga el conocimiento de las características de estos dos segmentos y la experiencia en los mercados propuestos, con el fin de ejecutar todas las actividades promocionales en los mercados internacionales que las Direcciones de Mercadeo y MICE han planificado para reforzar sus objetivos de promoción de destino Quito en el exterior.

3. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN:

Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para los mercados de Norteamérica, Europa y resto del mundo para los años 2022 y 2023.

4. OBJETIVOS GENERALES

- a. Promocionar el destino Quito y sus atractivos turísticos frente a los mercados internacionales con acciones dirigidas a la industria turística, prensa especializada y consumidor final.
- b. Posicionar a Quito como destino turístico enfocado en segmento leisure (turismo de ocio) y MICE (industria de reuniones), los actores turísticos claves de estos segmentos.
- c. Utilizar herramientas de marketing y comunicación que permitan posicionar el destino Quito de manera competitiva a nivel internacional.

5. ALCANCE

El servicio de relaciones públicas y representación para la promoción del destino Quito para los años 2022 y 2023, se realizará en mercados internacionales considerados prioritarios para la ciudad, tanto en Norteamérica (Canadá, Estados Unidos), Europa (España, Francia, Alemania, Países Bajos, Reino Unido, Bélgica, Italia) como resto del mundo, según las necesidades del destino y las oportunidades de promoción que surjan con relación a las nuevas tendencias del turismo, marcadas por el COVID -19.

Dentro del servicio requerido para promocionar Quito, se ha planificado la realización de acciones como viajes de prensa y familiarización, campañas de promoción digitales y tradicionales con la industria turística internacional y aerolíneas, eventos de activación BTL y



ATL, participación en ferias y eventos internacionales, manejo de redes sociales, distribución de contenido noticioso para los mercados prioritarios, monitoreo constante de las noticias que se publican acerca de Quito, que permite medir el impacto que las acciones planificadas genera en la gente.

Además, como parte de las acciones promocionales importantes que se realizarán de la mano con la industria local, están un Roadshow en Estados Unidos y otro en Europa, junto con presentaciones de destino y capacitaciones para la industria internacional.

Adicionalmente, con la finalidad de potenciar las acciones de promoción y posicionamiento de Quito, es importante realizar alianzas estratégicas con gremios y asociaciones internacionales tales como la Organización Mundial de Turismo (OMT), Latin American Travel Association (LATA), United States Tour Operators Association (USTOA), Adventure Travel Trade Association (ATTA), International Congress and Convention Association (ICCA), entre otras que aportarán significativamente con el objetivo de Quito Turismo.

El servicio, que es objeto de este proceso de contratación, ayudará a dar continuidad a la labor realizada en el año 2021 y potenciar el objetivo de incrementar la cantidad de turistas a la ciudad de Quito y la estancia y gasto promedio de los turistas que llegan a la ciudad. Se considera estratégico que el trabajo a través del servicio de relaciones públicas y representación en el exterior potencializará acciones y resultados en relación con la Industria de Reuniones, en donde el Distrito Metropolitano de Quito es netamente beneficiado, aportando con la reactivación del sector turístico y la economía del país.

6. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Para dar cumplimiento al servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para los mercados de Norteamérica, Europa y resto del mundo para los años 2022 y 2023, se establece la siguiente metodología para un trabajo ordenado:

Seguimiento de Acciones:

- Por la alta complejidad de la contratación, el administrador deberá coordinar con Gerencia General la designación de profesionales de varias ramas para que por su conocimiento y perfil profesional intervengan y emitan informes que permitan garantizar una correcta administración y ejecución del contrato.
- El administrador y el proveedor necesitarán tener contacto constante mediante email, Skype, WhatsApp, teléfono u otras herramientas tecnológicas para la coordinación de todas las actividades y acciones solicitadas dentro del servicio.
- El administrador deberá aprobar todos los insumos desarrollados por la oficina de relaciones públicas previo a su uso en los mercados internacionales.

Informes de Cumplimiento

- El contratista deberá entregar a Quito Turismo un informe de productos y/o servicios ejecutados durante el mes o período de trabajo, según el cronograma que se planifique con el administrador, el mismo que lo revisará y emitirá un informe de cumplimiento del servicio que sustentará la solicitud de pago enviada a la Gerencia Financiera Administrativa.



- Para el caso de los productos que incluyen activaciones BTL, participación en eventos, ferias, capacitaciones, entre otros, deberán incluirse respaldos fotográficos, alcances, principales resultados, y compromisos que se generen de estas acciones.
- Los reportes mensuales o por período deben llegar escritos enteramente en español en formato digital para ser revisados y aprobados por el administrador del contrato.
- El administrador de contrato será el encargado de emitir el acta de entrega – recepción correspondiente y necesaria para solicitar el inicio de trámite de pago.
- El contratista deberá entregar una base de datos de los contactos realizados mensualmente (según formato enviado por Quito Turismo). Esta deberá ser actualizada constantemente con los contactos generados en temas de prensa, celebridades, influenciadores, industria turística, entre otros.

6.1 Metodología por Ejes de Acciones Promocionales

6.1.1 EJE 1 – ACCIONES PROMOCIONALES DE MERCADEO Y MICE 2022 y 2023

Mercadeo 2022

CUADRO DE PRODUCTOS EUROPA Y EL RESTO DEL MUNDO 2022			
DIRECCIÓN DE MERCADEO			
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316			
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGÍA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística.	<p>Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (LATA Expo, BirdFair, WTM).</p> <p>Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ.</p>	<p>* Quito Turismo ha definido las ferias en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales durante el 2022, es importante mencionar que se podrían incluir nuevas oportunidades si los intereses institucionales lo requieren.</p> <p>* El contratista deberá cubrir los valores de los registros de participación en: EUROPA: LATA EXPO(UK), BIRDFAIR (UK), WTM (UK), entre otros.</p> <p>* El contratista deberá cubrir los valores del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ para la participación en alguno de los eventos planificados.</p> <p>* Para la organización de agendas de trabajo para capacitaciones de destino, ferias y/o eventos de promoción de destino el contratista deberá contar con una base de datos de trade turístico de relevancia en cada uno de los países que conforman el mercado Europa y/o Resto del mundo.</p> <p>* Para la organización de las agendas de trabajo durante ferias y/o eventos de promoción turística, el administrador del contrato entregará información de acceso a portales web u otros sistemas utilizados por estos eventos. El contratista deberá gestionar a través de su conocimiento y experticia una agenda de trabajo de al menos 25 citas que incluyan trade turístico, actores de la industria y medios de prensa</p>

			especializada.
2	Eventos BTL y/o activaciones de promoción turística	Realizar eventos ATL y/o BTL temáticos de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y prensa para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> * El contratista deberá sugerir el formato del evento de acuerdo con el perfil de cada mercado, tomando en cuenta fechas representativas de Quito y los lineamientos que plantea Quito Turismo. * El contratista generará todos los insumos promocionales que se requieran para la ejecución de los eventos temáticos. * El contratista se encargará de realizar la convocatoria de trade, prensa o consumidor final para los eventos o activaciones. Esta convocatoria deberá contener al menos 25 actores de la industria, medios turísticos o consumidores por evento.
3	Campañas de promoción digitales	<p>El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores , OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional.</p> <p>*Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales u otros en espacios pagados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * El contratista deberá buscar oportunidades de realización de campañas en medios de relevancia y tendencia como: OTAS (Plataformas de Agencias de Viajes on line), Blogs de viajes posicionados, medios de comunicación de influencia, revistas digitales y/o impresas, entre otras opciones. * Las ideas de Campaña se trabajarán en conjunto entre Quito Turismo, el contratista y el partner internacional, buscando siempre la mejor exposición del destino en cada mercado. * El contratista deberá sugerir la realización de campañas promocionales que fortalezcan la promoción y difusión del destino Quito en los mercados internacionales.
4	Viajes al destino Quito	<p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria turística y personalidades / celebridades, o influencers de mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.</p>	<p>El contratista se encargará de realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Selección y convocatoria de invitados. * Evaluación de perfiles de los periodistas y propuestas de publicaciones para la ciudad. * Organización, coordinación y ejecución de los viajes. * Aplicación de encuestas de satisfacción post-visita. * Seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos para medios, blogueros y tour operadores.

5	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas	El contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico.	<p>Las membresías planificadas para el 2022 son:</p> <p>EUROPA: Organización Mundial de Turismo (OMT), RED DE TURISMO CREATIVO, Latin American Travel Association (LATA)</p> <p>Una vez que Quito Turismo tenga su membresía confirmada, el contratista se encargará de realizar el seguimiento en temas de boletines, publicaciones, beneficios para los miembros, bases de datos, entre otros.</p> <p>* Quito Turismo podrá añadir otras membresías si las necesidades institucionales lo requieren.</p>
6	Roadshow	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de un Roadshow en mínimo 5 ciudades de Europa con al menos 50 invitados de la industria turística y prensa internacional. • Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural). * Gestionar al menos 5 entrevistas en medios especializados. 	<p>El contratista deberá planificar dentro del Roadshow al menos 5 presentaciones de Quito como destino para la promoción de los segmentos leisure y MICE, de al menos 3 horas de duración en cada ciudad, dirigido al ecosistema de inversores, trade, aerolíneas y prensa.</p> <p>El contratista deberá realizar la presentación en formato power point u otro programa adecuado, en el cual se resalte las características del destino según las necesidades perfiles e intereses del mercado internacional.</p> <p>Cada evento contará con capacidad de al menos 50 miembros del trade, potenciales inversores y actores de conectividad. Ciudades sugeridas: Barcelona, Madrid, Berna, Bruselas, Paris, Roma, Ámsterdam (sujetas a cambio en trabajo conjunto con el contratista y aprobación final de Quito Turismo).</p> <p>Formato de cada evento:</p> <p>Elegir un Venue (espacio físico) con características que generen atracción, localizado en un punto estratégico de la ciudad que sea de fácil acceso para el Trade Turístico convocado, con capacidad para al menos 50 asistentes.</p> <p>Una presentación promocional del destino Quito que contenga texto, imágenes y video de las características de idioma de cada país para ser utilizada en los 5 eventos; la estructura y contenidos serán aprobados por Quito Turismo.</p> <p>Un speaker que realice la presentación de Destino al menos en los 5 eventos, que maneje el idioma francés, alemán, inglés u otros y tenga conocimiento del destino Quito.</p> <p>Insumos técnicos y logísticos que permitan realizar la presentación de destino y las sesiones B2B: mesas, sillas, pantalla gigante, micrófono, conexiones eléctricas, wifi y demás elementos necesarios para la correcta ejecución de las actividades programadas, para al menos 50 asistentes.</p> <p>1 degustación de comida típica ecuatoriana acorde a la hora del evento para los asistentes, al menos 50 por cada evento, (Incluir todos los elementos necesarios para ejecutar el servicio).</p> <p>Generación y organización de 3 agendas de citas para los 5 eventos de Quito Turismo, que incluya:</p> <p>1) Medios de prensa para entrevistas con la autoridad de Quito Turismo.</p> <p>2) Inversionistas / conectividad.</p> <p>3) Trade Turístico europeo y/o resto del mundo para que mantengan citas de negocios con Tour Operadores ecuatorianos asistentes como expositores, mediante Workshop.</p> <p>Workshop: Organización de sesiones de negocio B2B (uno a</p>

			<p>uno) donde los empresarios turísticos ecuatorianos asistentes al evento como expositores, se encontrarán con el Trade de Europa y/o resto del mundo.</p> <p>*Las características del Roadshow, será previamente aprobado entre Quito Turismo y el contratista, tomando en cuenta que podrán realizarse modificaciones de estas de acuerdo a los intereses institucionales.</p>
7	Servicio de elaboración y distribución de contenido noticioso, (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales), para los mercados de Europa y resto del mundo	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción y envío mensual de contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para los mercados internacionales. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) se deben enviar personalizados según el interés de cada país incorporando contenidos estratégicos, noticias de relevancia, temas de vanguardia, eventos del destino, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaboración y distribución de al menos 50 contenidos noticiosos al año (news letters, notas de prensa, reportajes especiales) a cada uno de los países de los mercados de Europa y resto del mundo los mismos que estarán enfocados a los intereses y perfiles de cada país. * Los temas de cada uno de los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) serán definidos por Quito Turismo y serán comunicados de manera anticipada al contratista para que este pueda redactarlos. Una vez que estén listos, deberán ser enviados para su aprobación. Además, deberá enviar las fotos que acompañarán cada tema para la aprobación respectiva. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) deberán ser redactados en los idiomas: inglés, español, portugués, alemán, francés u otros de acuerdo con el interés de cada mercado. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) contendrán información especializada en los intereses de cada país del mercado Europa y resto del mundo. * Las fechas de envío de los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) serán regulares y establecidas por Quito Turismo (administrador + comité editorial) y el contratista, por medio de la elaboración de un cronograma. El envío debe realizarse de manera simultánea en todos los países del mercado de Europa y resto del mundo. * La metodología del sistema de envío y los mercados alcanzados deberán ser al menos los mercados prioritarios de la ciudad de Quito y otros que el proveedor tenga alcance, esto se definirá entre el contratista y el administrador del contrato previo inicio de los servicios: <ul style="list-style-type: none"> - Generación de contenidos noticiosos. - Realización de coberturas internacionales. - Realización de reportajes especiales sobre el destino Quito. -Publicación de comunicados.
8	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	Clipping, media value (medios impresos, digitales, entrevistas de radio, apariciones en TV), alcance, etc. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales (España, Francia, Bélgica, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, entre otros).	<ul style="list-style-type: none"> • El contratista deberá enviar al equipo de Quito Turismo el respaldo del sistema de monitoreo de contenido noticioso contratado o adquirido previo al inicio de ejecución de este producto. (Se deberá adjuntar la suscripción o el contrato del sistema). * El contratista deberá enviar un informe mensual que contenga al menos 60 publicaciones (notas de prensa, reportajes, informes, etc.), en la modalidad free press, en medios de comunicación masiva de cada mercado. • Este servicio deberá incluir a cada uno de los mercados prioritarios que conforman el mercado de Europa y resto del mundo. • El proveedor se encargará del monitoreo ininterrumpido de los medios de comunicación durante la duración del contrato

			<p>respectivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> Los informes deberán poseer enlaces, scans de cada artículo, media value de publicaciones impresas, digitales y alcance en cada mercado. * El administrador del contrato podrá solicitar adicionalmente, el monitoreo de temas específicos de interés para el destino. * El formato del cuadro con información será provisto por el administrador y puede ser mejorado por las 2 partes en mutuo acuerdo.
9	Pauta en redes sociales	Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales en espacios pagados.	Las mismas que deberán ser previamente aprobadas por el equipo de Quito Turismo

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO NORTEAMERICA 2022			
ACCIONES PROMOCIONALES MERCADEO			
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316			
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGÍA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística.	<ul style="list-style-type: none"> Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (Re-Think, USTOA) Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ. 	<ul style="list-style-type: none"> Quito Turismo ha definido las ferias en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales durante el 2022, es importante mencionar que se podrían incluir nuevas oportunidades si los intereses institucionales lo requieren. * El contratista deberá cubrir los valores de los registros de participación en: NORTEAMÉRICA: RE THINK (USA), USTOA (USA-CAN), * El contratista deberá cubrir los valores del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ para la participación en alguno de los eventos planificados. * Para la organización de agendas de trabajo para capacitaciones de destino, ferias y/o eventos de promoción de destino el contratista deberá contar con una base de datos de trade turístico de relevancia en cada uno de los países que conforman el mercado Norteamérica. * Para la organización de las agendas de trabajo durante ferias y/o eventos de promoción turística, el administrador del contrato entregará información de acceso a portales web u otros sistemas utilizados por estos eventos. * El contratista deberá gestionar a través de su conocimiento y experticia una agenda de trabajo de al menos 25 citas que incluyan trade turístico, actores de la industria y medios de prensa especializada.
2	Cooperados con industria turística	El contratista servirá de enlace para establecer campañas cooperadas de promoción o capacitaciones del destino con el trade turístico relevante en el mercado de Norteamérica.	<ul style="list-style-type: none"> Para la presentación de propuestas de campañas cooperadas el contratista deberá tomar en cuenta al trade turístico (tour operadores, whole salers, agencias de viajes, aerolíneas, prensa especializada, influencers, bloggers, entre otros) que manejen paquetes de al menos 2 o 3 noches en Quito o tengan el interés de incorporar noches en Quito en su oferta.

			<ul style="list-style-type: none"> * Las ideas de Cooperados se trabajarán en conjunto entre el administrador, el contratista y el partner internacional, buscando siempre la mejor exposición del destino en cada mercado internacional.
3	Eventos BTL y/o activaciones de promoción turística	Realizar eventos ATL y/o BTL temáticos de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y prensa para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> * El contratista deberá sugerir el formato del evento de acuerdo con el perfil de cada mercado, tomando en cuenta fechas representativas de Quito y los lineamientos que plantea Quito Turismo. * El contratista generará todos los insumos promocionales que se requieran para la ejecución de los eventos temáticos. * El contratista se encargará de realizar la convocatoria de trade, prensa o consumidor final para los eventos o activaciones. Esta convocatoria deberá contener al menos 25 actores de la industria, medios turísticos o consumidores por evento.
4	Campañas de promoción digitales	<p>El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores, OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional.</p> <p>*Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales u otros en espacios pagados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * El contratista deberá buscar oportunidades de realización de campañas en medios de relevancia y tendencia como: OTA'S (Plataformas de Agencias de Viajes on line), Blogs de viajes posicionados, medios de comunicación de influencia, revistas digitales y/o impresas, entre otras opciones. * Las ideas de Campaña se trabajarán en conjunto entre Quito Turismo, el contratista y el partner internacional, buscando siempre la mejor exposición del destino en cada mercado internacional. * El contratista deberá sugerir la realización de campañas promocionales que fortalezcan la promoción y difusión del destino Quito en los mercados internacionales.
5	Viajes al destino Quito	Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria turística y personalidades / celebridades, o influencers de mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.	<p>El contratista se encargará de realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Selección y convocatoria de invitados. * Evaluación de perfiles de los periodistas y propuestas de publicaciones para la ciudad. * Organización, coordinación y ejecución de los viajes. * Aplicación de encuestas de satisfacción post-visita. * Seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos para medios, blogueros y tour operadores.
6	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas	El contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico (USTOA - ATTA).	<p>Las membresías planificadas para el 2022 son:</p> <p>AMERICAS: United States Tour Operators Association (USTOA) – Adventure Travel Trade Association (ATTA)</p> <ul style="list-style-type: none"> * Una vez que Quito Turismo tenga su membresía confirmada, el contratista se encargará de realizar el seguimiento en temas de boletines, publicaciones, beneficios para los miembros, bases de datos, entre otros. * El administrador podrá añadir otras membresías si las necesidades institucionales lo requieren.
7	Roadshow	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de un Roadshow en mínimo 5 ciudades de Estados Unidos con al menos 50 invitados de la industria turística y prensa internacional. • Considerar 1 activación promocional en cada ciudad 	<p>El contratista deberá planificar dentro del Roadshow al menos 5 presentaciones de Quito como destino para la promoción de los segmentos leisure y MICE, de al menos 3 horas de duración en cada ciudad, dirigido al ecosistema de inversores, trade, aerolíneas y prensa.</p> <p>El contratista deberá realizar la presentación en formato power point u otro programa adecuado, en el cual se resalte las</p>

	<p>(gastronómica y/o cultural).</p> <p>* Gestionar al menos 5 entrevistas con medios especializados.</p>	<p>características del destino según las necesidades perfiles e intereses del mercado internacional.</p> <p>Las presentaciones se realizarán en eventos, que también los deberá coordinar el contratista, y se realizará en al menos 5 ciudades de Estados Unidos. Cada evento con capacidad de al menos 50 miembros del trade, potenciales inversores y actores de conectividad. Ciudades sugeridas: Washington, New York, Boston, San Francisco, Chicago, Seattle, Los Ángeles (sujetas a cambio en trabajo con el contratista y aprobación final del administrador de contrato).</p> <p>Formato de cada evento:</p> <p>Elegir un Venue (espacio físico) con características que generen atracción, localizado en un punto estratégico de la ciudad que sea de fácil acceso para el Trade Turístico convocado, con capacidad para al menos 50 asistentes.</p> <p>Una presentación promocional del destino Quito que contenga texto, imágenes y video de las características de cada país para ser utilizada en los eventos; la estructura y contenidos serán aprobados por Quito Turismo.</p> <p>Un speaker que realice la presentación de Destino en los eventos y tenga conocimiento del destino Quito.</p> <p>Insumos técnicos y logísticos que permitan realizar la presentación de destino y las sesiones B2B: mesas, sillas, pantalla gigante, micrófono, conexiones eléctricas, wifi y demás elementos necesarios para la correcta ejecución de las actividades programadas, para al menos 50 asistentes.</p> <p>1 degustación de comida típica ecuatoriana acorde a la hora del evento para los asistentes, al menos 50 por cada evento, (Incluir todos los elementos necesarios para ejecutar el servicio).</p> <p>Generación y organización de 3 agendas de citas para los 5 eventos de Quito Turismo, que incluya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Medios de prensa para entrevistas con la autoridad de Quito Turismo. 2) Inversionistas / conectividad. 3) Trade Turístico estadounidense para que mantengan citas de negocios con Tour Operadores ecuatorianos asistentes como expositores, mediante Workshop. <p>Workshop: Generación y organización de sesiones de negocio B2B (uno a uno) donde los empresarios turísticos ecuatorianos asistentes al evento como expositores, se encontrarán con el Trade de Estados Unidos.</p> <p>*Las características del Roadshow, será previamente aprobado entre Quito Turismo y el contratista, tomando en cuenta que podrán realizarse modificaciones de estas de acuerdo a los intereses institucionales.</p>
8	<p>Servicio de elaboración y distribución de contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para el mercado de Norteamérica.</p>	<p>• Redacción y envío mensual de contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para los mercados internacionales.</p> <p>* Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) se deben enviar personalizados según el interés de cada país incorporando contenidos estratégicos, noticias</p> <p>* Elaboración y distribución de al menos 40 contenidos noticiosos al año (news letters, notas de prensa, reportajes especiales) a cada uno de los mercados prioritarios de Norteamérica, los mismos que estarán enfocados a los intereses y perfiles de cada país.</p> <p>* Los temas de cada uno de los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) serán definidos por Quito Turismo y serán comunicados de manera anticipada al contratista para que este pueda redactarlos. Una vez que estén listos, deberán ser enviados para su aprobación. Además, deberá enviar las fotos que acompañarán cada tema</p>

		<p>de relevancia, temas de vanguardia, eventos del destino, entre otros.</p>	<p>para la aprobación respectiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) deberán ser redactados en los idiomas: inglés, español u otros, de acuerdo con el interés de cada mercado. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) contendrán información especializada en los intereses de cada país del mercado Norteamérica. * Las fechas de envío de los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) serán regulares y establecidas por Quito Turismo (administrador + comité editorial) y el contratista, por medio de la elaboración de un cronograma. El envío debe realizarse de manera simultánea en todos los países del mercado de Norteamérica. * La metodología del sistema de envío y los mercados alcanzados deberán ser al menos los mercados prioritarios de la ciudad de Quito y otros que el proveedor tenga alcance, esto se definirá entre el contratista y el administrador del contrato previo inicio de los servicios: <ul style="list-style-type: none"> - Generación de contenidos noticiosos. - Realización de coberturas internacionales. - Realización de reportajes especiales sobre el destino Quito. - Publicación de comunicados.
9	<p>Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito</p>	<p>Clipping, media value (medios impresos, digitales, entrevistas de radio, apariciones en TV), alcance, etc. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El contratista deberá enviar al equipo de Quito Turismo el respaldo del sistema de monitoreo de contenido noticioso contratado o adquirido previo al inicio de ejecución de este producto. (Se deberá adjuntar la suscripción o el contrato del sistema) * El contratista deberá enviar un informe mensual que contenga al menos 60 publicaciones (notas de prensa, reportajes, informes, etc.), en la modalidad free press, en medios de comunicación masiva de cada mercado. • Este servicio deberá incluir a cada uno de los mercados prioritarios que conforman el mercado de Norteamérica. • El proveedor se encargará del monitoreo ininterrumpido de los medios de comunicación durante la duración del contrato respectivo. • Los informes deberán poseer enlaces, scans de cada artículo, media value de publicaciones impresas, digitales y alcance en cada mercado. * El administrador del contrato podrá solicitar adicionalmente, el monitoreo de temas específicos de interés para el destino. * El formato del cuadro con información será provisto por el administrador y puede ser mejorado por las 2 partes en mutuo acuerdo.
10	<p>Servicio de contratación Herramientas de promoción digital</p>	<p>*El contratista entregará las herramientas digitales que dan soporte al funcionamiento de la promoción digital de Quito Turismo.</p> <p>* El contratista deberá presentar opciones de herramientas digitales internacionales que complementen la promoción del destino en cada uno de los mercados que</p>	<p>*El contratista deberá incluir por lo menos una renovación de un Plugin que permita desarrollar mejor los sitios web, incluidos bloques PHP, campos repetibles, herramientas de creación de páginas, galerías de medios y páginas de opciones personalizadas.</p> <p>Renovación de un editor visual (también llamado page builder) que permita maquetar la páginas web, mediante el sistema drag and drop.</p>



		<p>conforman el continente americano, que de soporte a página web, aplicación, redes sociales, envíos masivos de emails, realización de webinars, entre otras.</p> <p>*El contratista deberá considerar como herramientas digitales elementos como: hosting, plug ins, membresías para desarrollo y mantenimiento de app, web, programa de monitoreo redes, renovación de dominios y membresías para diferentes estrategias de marketing (mailchimp, zoom, canva, entre otros).</p>	<p>El contratista deberá realizar las renovaciones de al menos:</p> <p>hosting Promocional CPU : 12 Core Processor Memory : 32GB Ram HDD : 640 GB SSD Disk Space Transfer : 10TB Bandwidth FREE : Incoming Bandwidth Includes : SSD & RAID Protection DDoS : Attack Protection Free</p> <p>hosting Institutional CPU : 8 Core Processor Memory : 24GB Ram HDD : 400 GB SSD Disk Space Transfer : 10TB Bandwidth FREE : Incoming Bandwidth Includes : SSD & RAID Protection DDoS : Attack Protection Free</p> <p>hosting VPS SSD 3 200GB NVMe SSD 6 Cores 16GB RAM BD MSSQL / Mysql Windows/Linux Static IP MSFTP / VSFTP Remote Desktop / Root Access Firewall Anti Virus / Anti Spam SSAE 16 SOC 2 Type 2 Compliance 24 X 7 Helpdesk Support 24 X 7 Live Chat Support Knowledge Base</p> <p>El contratista deberá realizar la renovación de un desarrollador de programa para apps.</p> <p>Y además, el contratista deberá encargarse de renovar los dominios que actualmente utiliza Quito Turismo.</p> <p>Además, deberá considerar la renovación de membresías de mailchimp, zoom, canva, entre otras herramientas considerando las tendencias y avances tecnológicos globales.</p>
11	Pauta en redes sociales	Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales en espacios pagados.	Las mismas que deberán ser previamente aprobadas por Quito Turismo.

MICE 2022

CUADRO DE PRODUCTOS EUROPA Y EL RESTO DEL MUNDO 2022:

DIRECCIÓN MICE

DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316

Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGIA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en workshop ICCA (matriz basada en Holanda), a realizarse en la región.	<ul style="list-style-type: none"> * Quito Turismo ha definido las ferias y eventos en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales, enfocadas especialmente en el segmento MICE. * Este workshop planificado para la participación de la ciudad de Quito en 2022 cuya organización es proveniente de Europa, debido a que la oficina matriz de ICCA se encuentra en Holanda, es importante mencionar que se podrían incluir nuevas opciones de eventos, si los intereses institucionales lo requieren. <p>Las acciones requeridas para esta actividad son:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Realizar la inscripción de Quito Turismo como participante en el workshop ICCA
2	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas	La agencia deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector MICE (Pago Membresía UFI).	<p>Las membresías planificadas para el 2022 es de al menos 1 membresía UFI, la casa matriz de UFI se encuentra en Francia.</p>
3	Eventos BTL y/o activaciones de promoción MICE	Realizar eventos de promoción MICE en el mercado europeo u otro mercado de relevancia en el resto del mundo, para promocionar el destino Quito y su oferta como destino de Reuniones /Romance. Quito Turismo puede requerir acciones adicionales con el objetivo de potenciar alguna promoción puntual del destino.	<ul style="list-style-type: none"> * La realización de estas acciones promocionales se coordinará en conjunto entre Quito Turismo y el contratista * La empresa podrá sugerir las acciones promocionales que fortalezcan la promoción y difusión del destino en los mercados internacionales, enfocados al segmento MICE & conectividad.

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO NORTEAMERICA 2022

ACCIONES PROMOCIONALES MICE

DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316

Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGIA
1	Viajes al destino Quito	Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria de reuniones (MICE), viajes de	<p>El contratista se encargará de realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Selección y evaluación de perfiles



BICENTENARIO

BATALLA DE PICHINCHA 1822

		inspección y personalidades de los mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.	<ul style="list-style-type: none"> * Convocatoria de invitados *Compra de pasajes internacionales * Soporte para la coordinación de los viajes * Aplicación de encuestas de satisfacción post - visita * Seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos para medios, blogueros y tour operadores * Seguimiento de posibles leads de eventos con el OPC invitado. * Envío de información de Quito previo al viaje. * Envío de boletines a los participantes luego del viaje realizado
2	Eventos BTL y/o activaciones de promoción MICE	Realizar eventos de promoción MICE en el mercado norteamericano u otro mercado de relevancia, para promocionar el destino Quito y su oferta como destino de Reuniones/ Romance. Quito Turismo puede requerir acciones adicionales con el objetivo de potenciar alguna promoción puntual del destino.	<ul style="list-style-type: none"> * La realización de estas acciones promocionales se coordinará en conjunto entre Quito Turismo y el contratista. * El contratista podrá sugerir las acciones promocionales que fortalezcan la promoción y difusión del destino en los mercados internacionales, enfocados al segmento MICE & conectividad.

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO LATINOAMÉRICA 2022			
ACCIONES PROMOCIONALES MICE			
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316			
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGIA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	<ul style="list-style-type: none"> *Pago tarifa workshop FIEXPO, incluye uso de marca del evento internacional, soporte para organización del evento, coordinación de buyers internacionales, entre otras acciones. * Propuesta de al menos 25 compradores internacionales, que incluya perfil para su valoración y aceptación. *Coordinación de Rueda de negocios entre compradores y vendedores. *Proveer el sistema adecuado para el agendamiento de citas. *Al menos 1 charla magistral con experto de la industria MICE. *Al menos 1 charla magistral con experto de la industria MICE. *Al Menos 1 charla técnica con experto de la industria MICE. * Al menos 3 entrevistas en medios de comunicación especializados durante o sobre el evento, que aseguren un alto 	<p>Quito Turismo ha definido las ferias en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales, enfocadas especialmente en el segmento MICE.</p> <p>* Esta es la feria planificada para la participación de la ciudad de Quito en 2022, es importante mencionar que se podrían incluir nuevas opciones si los intereses institucionales lo requieren, en las mismas se puede requerir el acompañamiento de la agencia.</p> <p>FIEXPO.</p> <p>En caso de realizarse presentaciones del destino en el evento mencionado, el contratista deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Coordinar con Fiexpo Exhibitions para el desarrollo de la actividad de acuerdo con el detalle del producto.

		alcance mediático y comprobado con su respectivo media value.	
		<p>Coordinación del Montaje y desmontaje de stand con un espacio para 6 coexpositores (FLEXPO PANAMÁ). La participación deberá incluir: 1 Presentación de destino, 1 agenda de reuniones con mínimo 20 hosted buyers, 5 entrevistas con medios especializados.</p>	<p>El contratista deberá cubrir los valores del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ para la participación en alguno de los eventos planificados.</p> <p>* El evento mencionado es referencial y puede ser cambiado o reconfirmado por Quito Turismo.</p> <p>El contratista deberá coordinar con la feria y la empresa de montaje y desmontaje, seguir el reglamento ferial para una buena participación.</p> <p>* Encargarse del servicio de catering con alimentación ecuatoriana / quiteña, siempre y cuando el reglamento ferial lo permita.</p> <p>* El contratista deberá revisar que la imagen de Quito y de los coexpositores este correcta.</p> <p>* Coordinar los insumos necesarios para una buena participación.</p> <p>* Facilidades para una buena participación de Quito y sus representantes en la feria.</p> <p>* Coordinar distintas acciones promocionales / auspicios durante el evento / feria.</p>
2	Roadshow/Presentación del destino	<p>Organización de un Roadshow y presentación de destino en Medellín y Bogotá el evento deberá contar con al menos 30 invitados de la industria MICE y operadores para el segmento leisure y prensa internacional, en dos horarios. Agenda con al menos 15 hosted buyers en cada evento.</p> <p>Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural). Al menos 5 entrevistas con medios especializados.</p>	<p>*El contratista deberá realizar la convocatoria respectiva para los invitados del segmento MICE, Leisure y prensa.</p> <p>*El contratista deberá realizar la agenda con los hosted buyers para cada evento.</p> <p>*El contratista deberá coordinar las actividades promocionales que se realizarán en los eventos.</p> <p>*El contratista deberá realizar la coordinación de las entrevistas con medios especializados.</p> <p>* El contratista será el encargado de coordinar la correcta puesta en marcha de los eventos.</p>
3	Viajes al destino Quito.	<p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria de reuniones (MICE), viajes de inspección y personalidades de los mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.</p>	<p>El contratista se encargará de realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Selección y evaluación de perfiles. * Convocatoria de invitados. *Compra de pasajes internacionales. * Soporte para la coordinación de los viajes. * Aplicación de encuestas de satisfacción post – visita. * Seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos para medios, blogueros y tour operadores. * Seguimiento de posibles leads de eventos con el OPC invitado. * Envío de información de Quito previo al viaje. * Envío de boletines a los participantes luego del viaje realizado.

4	Cooperados conectividad	Cooperados con aerolíneas internacionales de la región como LATAM / AVIANCA.	<ul style="list-style-type: none"> Para la presentación de propuestas de campañas cooperadas el contratista deberá tomar en cuenta aerolíneas, que mantengan una conectividad directa con Quito o planifiquen incorporar nuevas rutas hacia el destino. * Las ideas de Cooperados se trabajarán en conjunto entre Quito Turismo y el partner internacional, buscando siempre la mejor exposición del destino en cada mercado internacional. * Para el año 2022 se ha considerado realizar 2 cooperados con aerolíneas internacionales.
---	-------------------------	--	---

Mercadeo 2023

CUADRO DE PRODUCTOS EUROPA Y EL RESTO DEL MUNDO 2023			
DIRECCIÓN DE MERCADEO			
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316			
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGÍA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística.	<p>Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (LATA Expo, BirdFair, WTM).</p> <p>Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * Quito Turismo ha definido las ferias en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales durante el 2023, es importante mencionar que se podrían incluir nuevas oportunidades si los intereses institucionales lo requieren. * El contratista deberá cubrir los valores de los registros de participación en: EUROPA: LATA EXPO(UK), BIRDFAIR (UK), WTM (UK), entre otros. * El contratista deberá cubrir los valores del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ para la participación en alguno de los eventos planificados. * Para la organización de agendas de trabajo para capacitaciones de destino, ferias y/o eventos de promoción de destino el contratista deberá contar con una base de datos de trade turístico de relevancia en cada uno de los países que conforman el mercado Europa y/o Resto del mundo. * Para la organización de las agendas de trabajo durante ferias y/o eventos de promoción turística, el administrador del contrato entregará información de acceso a portales web u otros sistemas utilizados por estos eventos. El contratista deberá gestionar a través de su conocimiento y experticia una agenda de trabajo de al menos 25 citas que incluyan trade turístico, actores de la industria y medios de prensa especializada.
2	Eventos BTL y/o activaciones de promoción turística	Realizar eventos ATL y/o BTL temáticos de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y prensa para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> * El contratista deberá sugerir el formato del evento de acuerdo con el perfil de cada mercado, tomando en cuenta fechas representativas de Quito y los lineamientos que plantea Quito Turismo. * El contratista generará todos los insumos promocionales que se requieran para la ejecución de los eventos temáticos. * El contratista se encargará de realizar la convocatoria de trade, prensa o consumidor final para los eventos o activaciones. Esta convocatoria deberá contener al menos 25 actores de la industria, medios turísticos o consumidores por evento.

3	Campañas de promoción digitales	<p>El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores, OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional.</p> <p>*Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales u otros en espacios pagados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> * El contratista deberá buscar oportunidades de realización de campañas en medios de relevancia y tendencia como: OTA'S (Plataformas de Agencias de Viajes on line), Blogs de viajes posicionados, medios de comunicación de influencia, revistas digitales y/o impresas, entre otras opciones. * Las ideas de Campaña se trabajarán en conjunto entre Quito Turismo, el contratista y el partner internacional, buscando siempre la mejor exposición del destino en cada mercado. * El contratista deberá sugerir la realización de campañas promocionales que fortalezcan la promoción y difusión del destino Quito en los mercados internacionales.
4	Viajes al destino Quito	<p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria turística y personalidades / celebridades, o influencers de mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.</p>	<p>El contratista se encargará de realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Selección y convocatoria de invitados. * Evaluación de perfiles de los periodistas y propuestas de publicaciones para la ciudad. * Organización, coordinación y ejecución de los viajes. * Aplicación de encuestas de satisfacción post-visita. * Seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos para medios, blogueros y tour operadores.
5	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas	<p>El contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico.</p>	<p>Las membresías planificadas para el 2023 son:</p> <p>EUROPA: Organización Mundial de Turismo (OMT), RED DE TURISMO CREATIVO, Latin American Travel Association (LATA)</p> <p>Una vez que Quito Turismo tenga su membresía confirmada, el contratista se encargará de realizar el seguimiento en temas de boletines, publicaciones, beneficios para los miembros, bases de datos, entre otros.</p> <p>* Quito Turismo podrá añadir otras membresías si las necesidades institucionales lo requieren.</p>
6	Roadshow	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de un Roadshow en mínimo 5 ciudades de Europa con al menos 50 invitados de la industria turística y prensa internacional. • Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural). * Gestionar al menos 5 entrevistas en medios especializados. 	<p>El contratista deberá planificar dentro del Roadshow al menos 5 presentaciones de Quito como destino para la promoción de los segmentos leisure y MICE, de al menos 3 horas de duración en cada ciudad, dirigido al ecosistema de inversores, trade, aerolíneas y prensa.</p> <p>El contratista deberá realizar la presentación en formato power point u otro programa adecuado, en el cual se resalte las características del destino según las necesidades perfiles e intereses del mercado internacional.</p> <p>Cada evento contará con capacidad de al menos 50 miembros del trade, potenciales inversores y actores de conectividad. Ciudades sugeridas: Barcelona, Madrid, Berna, Bruselas, París, Roma, Ámsterdam (sujetas a cambio en trabajo conjunto con el contratista y aprobación final de Quito Turismo).</p> <p>Formato de cada evento:</p>

			<p>Elegir un Venue (espacio físico) con características que generen atracción, localizado en un punto estratégico de la ciudad que sea de fácil acceso para el Trade Turístico convocado, con capacidad para al menos 50 asistentes. Una presentación promocional del destino Quito que contenga texto, imágenes y video de las características de idioma de cada país para ser utilizada en los 5 eventos; la estructura y contenidos serán aprobados por Quito Turismo.</p> <p>Un speaker que realice la presentación de Destino al menos en los 5 eventos, que maneje el idioma francés, alemán, inglés u otros y tenga conocimiento del destino Quito.</p> <p>Insumos técnicos y logísticos que permitan realizar la presentación de destino y las sesiones B2B: mesas, sillas, pantalla gigante, micrófono, conexiones eléctricas, wifi y demás elementos necesarios para la correcta ejecución de las actividades programadas, para al menos 50 asistentes.</p> <p>1 degustación de comida típica ecuatoriana acorde a la hora del evento para los asistentes, al menos 50 por cada evento, (Incluir todos los elementos necesarios para ejecutar el servicio).</p> <p>Generación y organización de 3 agendas de citas para los 5 eventos de Quito Turismo, que incluya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Medios de prensa para entrevistas con la autoridad de Quito Turismo. 2) Inversionistas / conectividad. 3) Trade Turístico europeo y/o resto del mundo para que mantengan citas de negocios con Tour Operadores ecuatorianos asistentes como expositores, mediante Workshop. <p>Workshop: Organización de sesiones de negocio B2B (uno a uno) donde los empresarios turísticos ecuatorianos asistentes al evento como expositores, se encontrarán con el Trade de Europa y/o resto del mundo.</p> <p>*Las características del Roadshow, será previamente aprobado entre Quito Turismo y el contratista, tomando en cuenta que podrán realizarse modificaciones de estas de acuerdo a los intereses institucionales.</p>
7	<p>Servicio de elaboración y distribución de contenido noticioso, (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales), para los mercados de Europa y resto del mundo</p>	<ul style="list-style-type: none"> Redacción y envío mensual de contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para los mercados internacionales. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) se deben enviar personalizados según el interés de cada país incorporando contenidos estratégicos, noticias de relevancia, temas de vanguardia, eventos del destino, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaboración y distribución de al menos 50 contenidos noticiosos al año (news letters, notas de prensa, reportajes especiales) a cada uno de los países de los mercados de Europa y resto del mundo los mismos que estarán enfocados a los intereses y perfiles de cada país. * Los temas de cada uno de los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) serán definidos por Quito Turismo y serán comunicados de manera anticipada al contratista para que este pueda redactarlos. Una vez que estén listos, deberán ser enviados para su aprobación. Además, deberá enviar las fotos que acompañarán cada tema para la aprobación respectiva. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) deberán ser redactados en los idiomas: inglés, español, portugués, alemán, francés u otros de acuerdo con el interés de cada mercado. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) contendrán información especializada en

			<p>los intereses de cada país del mercado Europa y resto del mundo.</p> <p>* Las fechas de envío de los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) serán regulares y establecidas por Quito Turismo (administrador + comité editorial) y el contratista, por medio de la elaboración de un cronograma. El envío debe realizarse de manera simultánea en todos los países del mercado de Europa y resto del mundo.</p> <p>* La metodología del sistema de envío y los mercados alcanzados deberán ser al menos los mercados prioritarios de la ciudad de Quito y otros que el proveedor tenga alcance, esto se definirá entre el contratista y el administrador del contrato previo inicio de los servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Generación de contenidos noticiosos. - Realización de coberturas internacionales. - Realización de reportajes especiales sobre el destino Quito. -Publicación de comunicados.
8	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	Clipping, media value (medios impresos, digitales, entrevistas de radio, apariciones en TV), alcance, etc. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales (España, Francia, Bélgica, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, entre otros).	<ul style="list-style-type: none"> • El contratista deberá enviar al equipo de Quito Turismo el respaldo del sistema de monitoreo de contenido noticioso contratado o adquirido previo al inicio de ejecución de este producto. (Se deberá adjuntar la suscripción o el contrato del sistema). * El contratista deberá enviar un informe mensual que contenga al menos 60 publicaciones (notas de prensa, reportajes, informes, etc.), en la modalidad free press, en medios de comunicación masiva de cada mercado. • Este servicio deberá incluir a cada uno de los mercados prioritarios que conforman el mercado de Europa y resto del mundo. • El proveedor se encargará del monitoreo ininterrumpido de los medios de comunicación durante la duración del contrato respectivo. • Los informes deberán poseer enlaces, scans de cada artículo, media value de publicaciones impresas, digitales y alcance en cada mercado. * El administrador del contrato podrá solicitar adicionalmente, el monitoreo de temas específicos de interés para el destino. * El formato del cuadro con información será provisto por el administrador y puede ser mejorado por las 2 partes en mutuo acuerdo.
9	Pauta en redes sociales	Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales en espacios pagados.	Las mismas que deberán ser previamente aprobadas por el equipo de Quito Turismo

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO NORTEAMERICA 2023

ACCIONES PROMOCIONALES MERCADEO

DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316

Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGÍA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística.	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (Re-Think, USTOA) • Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ. 	<ul style="list-style-type: none"> * Quito Turismo ha definido las ferias en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales durante el 2023, es importante mencionar que se podrían incluir nuevas oportunidades si los intereses institucionales lo requieren. * El contratista deberá cubrir los valores de los registros de participación en: NORTEAMÉRICA: RE THINK (USA), USTOA (USA-CAN), * El contratista deberá cubrir los valores del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ para la participación en alguno de los eventos planificados. * Para la organización de agendas de trabajo para capacitaciones de destino, ferias y/o eventos de promoción de destino el contratista deberá contar con una base de datos de trade turístico de relevancia en cada uno de los países que conforman el mercado Norteamérica. * Para la organización de las agendas de trabajo durante ferias y/o eventos de promoción turística, el administrador del contrato entregará información de acceso a portales web u otros sistemas utilizados por estos eventos. * El contratista deberá gestionar a través de su conocimiento y experticia una agenda de trabajo de al menos 25 citas que incluyan trade turístico, actores de la industria y medios de prensa especializada.
2	Cooperados con industria turística	El contratista servirá de enlace para establecer campañas cooperadas de promoción o capacitaciones del destino con el trade turístico relevante en el mercado de Norteamérica.	<ul style="list-style-type: none"> * Para la presentación de propuestas de campañas cooperadas el contratista deberá tomar en cuenta al trade turístico (tour operadores, whole salers, agencias de viajes, aerolíneas, prensa especializada, influencers, bloggers, entre otros) que manejen paquetes de al menos 2 o 3 noches en Quito o tengan el interés de incorporar noches en Quito en su oferta. * Las ideas de Cooperados se trabajarán en conjunto entre el administrador, el contratista y el partner internacional, buscando siempre la mejor exposición del destino en cada mercado internacional.
3	Eventos BTL y/o activaciones de promoción turística	Realizar eventos ATL y/o BTL temáticos de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y prensa para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> * El contratista deberá sugerir el formato del evento de acuerdo con el perfil de cada mercado, tomando en cuenta fechas representativas de Quito y los lineamientos que plantea Quito Turismo. * El contratista generará todos los insumos promocionales que se requieran para la ejecución de los eventos temáticos. * El contratista se encargará de realizar la convocatoria de trade, prensa o consumidor final para los eventos o activaciones. Esta convocatoria deberá contener al menos 25 actores de la industria, medios turísticos o consumidores por evento.
4	Campañas de promoción digitales	El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores, OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que	<ul style="list-style-type: none"> * El contratista deberá buscar oportunidades de realización de campañas en medios de relevancia y tendencia como: OTA'S (Plataformas de Agencias de Viajes on line), Blogs de viajes posicionados, medios de comunicación de influencia, revistas digitales y/o impresas, entre otras opciones. * Las ideas de Campaña se trabajarán en conjunto entre Quito Turismo, el contratista y el partner internacional, buscando

		<p>tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional.</p> <p>*Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales u otros en espacios pagados.</p>	<p>siempre la mejor exposición del destino en cada mercado internacional.</p> <p>* El contratista deberá sugerir la realización de campañas promocionales que fortalezcan la promoción y difusión del destino Quito en los mercados internacionales.</p>
5	Viajes al destino Quito	<p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria turística y personalidades / celebridades, o influencers de mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.</p>	<p>El contratista se encargará de realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Selección y convocatoria de invitados. * Evaluación de perfiles de los periodistas y propuestas de publicaciones para la ciudad. * Organización, coordinación y ejecución de los viajes. * Aplicación de encuestas de satisfacción post-visita. * Seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos para medios, blogueros y tour operadores.
6	<p>Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas</p>	<p>El contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico (USTOA - ATTA).</p>	<p>Las membresías planificadas para el 2023 son:</p> <p>AMERICAS: United States Tour Operators Association (USTOA) – Adventure Travel Trade Association (ATTA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una vez que Quito Turismo tenga su membresía confirmada, el contratista se encargará de realizar el seguimiento en temas de boletines, publicaciones, beneficios para los miembros, bases de datos, entre otros. • El administrador podrá añadir otras membresías si las necesidades institucionales lo requieren.
7	Roadshow	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de un Roadshow en mínimo 5 ciudades de Estados Unidos con al menos 50 invitados de la industria turística y prensa internacional. • Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural). * Gestionar al menos 5 entrevistas con medios especializados. 	<p>El contratista deberá planificar dentro del Roadshow al menos 5 presentaciones de Quito como destino para la promoción de los segmentos leisure y MICE, de al menos 3 horas de duración en cada ciudad, dirigido al ecosistema de inversores, trade, aerolíneas y prensa.</p> <p>El contratista deberá realizar la presentación en formato power point u otro programa adecuado, en el cual se resalte las características del destino según las necesidades perfiles e intereses del mercado internacional.</p> <p>Las presentaciones se realizarán en eventos, que también los deberá coordinar el contratista, y se realizará en al menos 5 ciudades de Estados Unidos. Cada evento con capacidad de al menos 50 miembros del trade, potenciales inversores y actores de conectividad. Ciudades sugeridas: Washington, New York, Boston, San Francisco, Chicago, Seattle, Los Angeles (sujetas a cambio en trabajo con el contratista y aprobación final del administrador de contrato).</p> <p>Formato de cada evento:</p> <p>Elegir un Venue (espacio físico) con características que generen atracción, localizado en un punto estratégico de la ciudad que sea de fácil acceso para el Trade Turístico convocado, con capacidad para al menos 50 asistentes.</p> <p>Una presentación promocional del destino Quito que contenga texto, imágenes y video de las características de cada país para ser utilizada en los eventos; la estructura y contenidos serán aprobados por Quito Turismo.</p> <p>Un speaker que realice la presentación de Destino en los eventos y tenga conocimiento del destino Quito.</p> <p>Insumos técnicos y logísticos que permitan realizar la presentación de destino y las sesiones B2B: mesas, sillas, pantalla gigante, micrófono, conexiones eléctricas, wifi y demás elementos necesarios para la correcta ejecución de las</p>

			<p>actividades programadas, para al menos 50 asistentes. 1 degustación de comida típica ecuatoriana acorde a la hora del evento para los asistentes, al menos 50 por cada evento, (Incluir todos los elementos necesarios para ejecutar el servicio).</p> <p>Generación y organización de 3 agendas de citas para los 5 eventos de Quito Turismo, que incluya:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Medios de prensa para entrevistas con la autoridad de Quito Turismo. 2) Inversionistas / conectividad. 3) Trade Turístico estadounidense para que mantengan citas de negocios con Tour Operadores ecuatorianos asistentes como expositores, mediante Workshop. <p>Workshop: Generación y organización de sesiones de negocio B2B (uno a uno) donde los empresarios turísticos ecuatorianos asistentes al evento como expositores, se encontrarán con el Trade de Estados Unidos.</p> <p>*Las características del Roadshow, será previamente aprobado entre Quito Turismo y el contratista, tomando en cuenta que podrán realizarse modificaciones de estas de acuerdo a los intereses institucionales.</p>
8	Servicio de elaboración y distribución de contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para el mercado de Norteamérica.	<ul style="list-style-type: none"> • Redacción y envío mensual de contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para los mercados internacionales. • Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) se deben enviar personalizados según el interés de cada país incorporando contenidos estratégicos, noticias de relevancia, temas de vanguardia, eventos del destino, entre otros. 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaboración y distribución de al menos 40 contenidos noticiosos al año (news letters, notas de prensa, reportajes especiales) a cada uno de los mercados prioritarios de Norteamérica, los mismos que estarán enfocados a los intereses y perfiles de cada país. * Los temas de cada uno de los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) serán definidos por Quito Turismo y serán comunicados de manera anticipada al contratista para que este pueda redactarlos. Una vez que estén listos, deberán ser enviados para su aprobación. Además, deberá enviar las fotos que acompañarán cada tema para la aprobación respectiva. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) deberán ser redactados en los idiomas: inglés, español u otros, de acuerdo con el interés de cada mercado. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) contendrán información especializada en los intereses de cada país del mercado Norteamérica. * Las fechas de envío de los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) serán regulares y establecidas por Quito Turismo (administrador + comité editorial) y el contratista, por medio de la elaboración de un cronograma. El envío debe realizarse de manera simultánea en todos los países del mercado de Norteamérica. * La metodología del sistema de envío y los mercados alcanzados deberán ser al menos los mercados prioritarios de la ciudad de Quito y otros que el proveedor tenga alcance, esto se definirá entre el contratista y el administrador del contrato previo inicio de los servicios: <ul style="list-style-type: none"> - Generación de contenidos noticiosos. - Realización de coberturas internacionales. - Realización de reportajes especiales sobre el destino Quito. - Publicación de comunicados.

9	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	Clipping, media value (medios impresos, digitales, entrevistas de radio, apariciones en TV), alcance, etc. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> El contratista deberá enviar al equipo de Quito Turismo el respaldo del sistema de monitoreo de contenido noticioso contratado o adquirido previo al inicio de ejecución de este producto. (Se deberá adjuntar la suscripción o el contrato del sistema) * El contratista deberá enviar un informe mensual que contenga al menos 60 publicaciones (notas de prensa, reportajes, informes, etc.), en la modalidad free press, en medios de comunicación masiva de cada mercado. Este servicio deberá incluir a cada uno de los mercados prioritarios que conforman el mercado de Norteamérica. El proveedor se encargará del monitoreo ininterrumpido de los medios de comunicación durante la duración del contrato respectivo. Los informes deberán poseer enlaces, scans de cada artículo, media value de publicaciones impresas, digitales y alcance en cada mercado. * El administrador del contrato podrá solicitar adicionalmente, el monitoreo de temas específicos de interés para el destino. * El formato del cuadro con información será provisto por el administrador y puede ser mejorado por las 2 partes en mutuo acuerdo.
10	Servicio de contratación Herramientas de promoción digital	<p>*El contratista entregará las herramientas digitales que dan soporte al funcionamiento de la promoción digital de Quito Turismo.</p> <p>* El contratista deberá presentar opciones de herramientas digitales internacionales que complementen la promoción del destino en cada uno de los mercados que conforman el continente americano, que de soporte a página web, aplicación, redes sociales, envíos masivos de emails, realización de webinars, entre otras.</p> <p>*El contratista deberá considerar como herramientas digitales elementos como: hosting, plug ins, membresías para desarrollo y mantenimiento de app, web, programa de monitoreo redes, renovación de dominios y membresías para diferentes estrategias de marketing (mailchimp, zoom, canva, entre otros).</p>	<p>*El contratista deberá incluir por lo menos una renovación de un Plugin que permita desarrollar mejor los sitios web, incluidos bloques PHP, campos repetibles, herramientas de creación de páginas, galerías de medios y páginas de opciones personalizadas.</p> <p>Renovación de un editor visual (también llamado page builder) que permita maquetar la páginas web, mediante el sistema drag and drop.</p> <p>El contratista deberá realizar las renovaciones de al menos:</p> <p>hosting Promocional CPU : 12 Core Processor Memory : 32GB Ram HDD : 640 GB SSD Disk Space Transfer : 10TB Bandwidth FREE : Incoming Bandwidth Includes : SSD & RAID Protection DDoS : Attack Protection Free</p> <p>hosting Institutional CPU : 8 Core Processor Memory : 24GB Ram HDD : 400 GB SSD Disk Space Transfer : 10TB Bandwidth FREE : Incoming Bandwidth Includes : SSD & RAID Protection DDoS : Attack Protection Free</p> <p>hosting VPS SSD 3 200GB NVMe SSD 6 Cores 16GB RAM BD MSSQL / Mysql</p>

			<p>Windows/Linux Static IP MSFTP / VSFTP Remote Desktop / Root Access Firewall Anti Virus / Anti Spam SSAE 16 SOC 2 Type 2 Compliance 24 X 7 Helpdesk Support 24 X 7 Live Chat Support Knowledge Base</p> <p>El contratista deberá realizar la renovación de un desarrollador de programa para apps.</p> <p>Y además, el contratista deberá encargarse de renovar los dominios que actualmente utiliza Quito Turismo.</p> <p>Además, deberá considerar la renovación de membresías de mailchimp, zoom, canva, entre otras herramientas considerando las tendencias y avances tecnológicos globales.</p>
11	Pauta en redes sociales	Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales en espacios pagados.	Las mismas que deberán ser previamente aprobadas por Quito Turismo.

MICE 2023

CUADRO DE PRODUCTOS EUROPA Y EL RESTO DEL MUNDO 2023			
DIRECCIÓN MICE			
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316			
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGIA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en workshop ICCA (matriz basada en Holanda), a realizarse en la región.	<p>* Quito Turismo ha definido las ferias y eventos en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales, enfocadas especialmente en el segmento MICE.</p> <p>* Este workshop planificado para la participación de la ciudad de Quito en 2023 cuya organización es proveniente de Europa, debido a que la oficina matriz de ICCA se encuentra en Holanda, es importante mencionar que se podrían incluir nuevas opciones de eventos, si los intereses institucionales lo requieren.</p> <p>Las acciones requeridas para esta actividad son:</p> <p>* Realizar la inscripción de Quito Turismo como participante en el workshop ICCA.</p>
2	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas MICE	<p>El Contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico. (Pago membresía ICCA).</p> <p>El Contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico. (Pago Membresía UFI).</p>	<p>Las membresías planificadas para el 2023 es de al menos 1 membresía ICCA, la casa matriz de ICCA se encuentra en Holanda.</p> <p>Las membresías planificadas para el 2023 es de al menos 1 membresía UFI, la casa matriz de UFI se encuentra en Francia.</p>

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO NORTEAMERICA 2023

ACCIONES PROMOCIONALES MICE

DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316

Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGIA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	<p>Participación en evento internacional boda - destino</p> <p>Este servicio debe incluir:</p> <p>Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en evento boda-destino.</p> <p>Acompañamiento de un representante del contratista durante el evento.</p> <p>Al menos 5 entrevistas en medios de comunicación especializados en cada uno de los eventos, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value.</p> <p>Participación en otras Ferias Internacionales MICE del mercado Norteamérica:</p> <p>Este servicio debe incluir:</p> <p>Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo.</p> <p>Logística para presentación de Destino.</p> <p>Coordinación del montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ.</p> <p>Otras acciones referentes a ferias solicitadas por Quito Turismo.</p>	<p>Quito Turismo ha definido las ferias en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales, enfocadas especialmente en el segmento MICE.</p> <p>* Es importante mencionar que se podrían incluir nuevas opciones si los intereses institucionales lo requieren, en las mismas se puede requerir el acompañamiento de la agencia.</p> <p>El contratista deberá cubrir los valores del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ para la participación en alguno de los eventos planificados.</p> <p>El contratista deberá coordinar con el organizador del evento y la empresa de montaje y desmontaje, deberá seguir el reglamento feria para una buena participación.</p> <p>* Encargarse del servicio de catering con alimentación ecuatoriana / quiteña, siempre y cuando el reglamento feria lo permita.</p> <p>* El contratista deberá revisar que la imagen de Quito y de los coexpositores este correcta.</p> <p>* Coordinar los insumos necesarios para una buena participación.</p> <p>* Facilidades para una buena participación de Quito y sus representantes en la feria.</p> <p>* Coordinar distintas acciones promocionales / auspicios durante el evento / feria.</p> <p>* El contratista será el encargado de coordinar la correcta puesta en marcha de los eventos.</p>
2	Viajes al destino Quito	<p>Famtrip Norteamérica (Hosted Buyers USA - MEX)</p> <p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria de reuniones (MICE), viajes de inspección y personalidades de los mercados Internacionales.</p> <p>Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas. (5 Pax y/o medios internacionales desde América)</p>	<p>El contratista se encargará de realizar:</p> <p>* Selección y evaluación de perfiles.</p> <p>* Convocatoria de invitados.</p> <p>* Compra de pasajes internacionales.</p> <p>* Soporte para la coordinación de los viajes.</p> <p>* Aplicación de encuestas de satisfacción post – visita.</p> <p>* Seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos para medios, blogueros y tour operadores.</p> <p>* Seguimiento de posibles leads de eventos con el OPC invitado.</p> <p>* Envío de información de Quito previo al viaje.</p> <p>* Envío de boletines a los participantes luego del viaje realizado.</p>
3	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas MICE	<p>El Contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico MICE. Pago Membresía SITE.</p>	<p>Las membresías planificadas para el 2023 es de al menos 1 membresía SITE.</p>



4	Eventos BTL y/o activaciones de promoción MICE	<p>Realizar eventos de promoción MICE en el mercado norteamericano u otro mercado de relevancia, para promocionar el destino Quito y su oferta como destino de Reuniones/ Romance. Quito Turismo puede requerir acciones adicionales con el objetivo de potenciar alguna promoción puntual del destino.</p>	<p>* La realización de estas acciones promocionales se coordinará en conjunto entre Quito Turismo y el contratista</p> <p>* El contratista podrá sugerir las acciones promocionales que fortalezcan la promoción y difusión del destino en los mercados internacionales, enfocados al segmento MICE & conectividad.</p>
---	--	---	---

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO LATINOAMÉRICA 2023			
ACCIONES PROMOCIONALES MICE			
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES: CPC 838120316			
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	METODOLOGIA
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	<p>Evento sugerido: IBTM México, este servicio debe incluir:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en el evento. *Desayuno de presentación de destino para compradores. *Coordinación del montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ, preparadas para Quito Turismo y 6 coexpositores. * Agenda de al menos 20 reuniones con hosted buyers durante el evento. * Acompañamiento de un representante del contratista durante el evento. * Al menos 5 entrevistas en medios de comunicación especializados en cada uno de los eventos, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value. <p>Participación en Fexpo (sede por confirmar):</p> <ul style="list-style-type: none"> *Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en Fexpo. *Desayuno de presentación de destino para compradores. *Coordinación del montaje y desmontaje de stands y/o 	<p>El contratista deberá cubrir los valores del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ para la participación en alguno de los eventos planificados.</p> <p>El contratista deberá coordinar con el organizador del evento y la empresa de montaje y desmontaje, deberá seguir el reglamento feria para una buena participación.</p> <p>*Encargarse del servicio de catering con alimentación ecuatoriana / quiteña, siempre y cuando el reglamento feria lo permita.</p> <p>* El contratista deberá revisar que la imagen de Quito y de los coexpositores este correcta.</p> <p>* Coordinar los insumos necesarios para una buena participación.</p> <p>*Facilidades para una buena participación de Quito y sus representantes en la feria.</p> <p>* Coordinar distintas acciones promocionales / auspicios durante el evento / feria.</p> <p>* El contratista será el encargado de coordinar la correcta puesta en marcha de los eventos.</p>

		<p>actividades promocionales in situ, preparadas para Quito Turismo y 6 coexpositores.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Agenda de al menos 20 reuniones con hosted buyers durante el evento. * Acompañamiento de un representante del contratista durante el evento. * Al menos 5 entrevistas en medios de comunicación especializados en cada uno de los eventos, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value. 	
		<p>Presentación de destino y rueda de negocios (2 destinos por confirmar):</p> <p>Espacio para el desarrollo del evento en cada una de las ciudades.</p> <p>Alimentación según corresponda el horario del evento para presentación de destino en cada una de las ciudades, al menos 50 pax.</p> <p>Coordinación del montaje y desmontaje de rueda de negocios y/o actividades promocionales in situ, preparadas para Quito Turismo y coexpositores.</p> <p>Agenda de al menos 30 reuniones B2B con hosted buyers en cada evento.</p> <p>Acompañamiento de un representante del contratista durante el evento.</p> <p>Al menos 5 entrevistas en medios de comunicación especializados en cada uno de los eventos, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value.</p>	<p>Organización y logística de presentaciones de destino (locaciones por confirmar), los eventos deberán contar con al menos 50 invitados de la industria MICE, operadores para el segmento leisure y prensa internacional, en dos horarios. Agenda con al menos 15 hosted buyers en cada evento.</p> <p>Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural).</p> <p>Al menos 5 entrevistas con medios especializados.</p>
2	Viajes al destino Quito	<p>Famtrip MICE (Hosted Buyers internacionales):</p> <p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria de reuniones (MICE), viajes de inspección y personalidades de los mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.</p>	<p>El contratista se encargará de realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Selección y evaluación de perfiles. * Convocatoria de invitados. * Compra de pasajes internacionales. * Soporte para la coordinación de los viajes. * Aplicación de encuestas de satisfacción post – visita. * Seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos para medios, blogueros y tour operadores. * Seguimiento de posibles leads de eventos con el OPC invitado. * Envío de información de Quito previo al viaje. * Envío de boletines a los participantes luego del viaje realizado.

3	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas MICE	El Contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico. Pago Membresía MPI.	Las membresías planificadas para el 2023 es de al menos 1 membresía MPI.
4	Cooperados conectividad	Cooperados con aerolíneas internacionales (acciones de promoción conjunta) hasta \$30.000 USD.	
		Cooperados con aerolíneas internacionales (acciones de promoción conjunta) hasta \$20.000 USD.	<ul style="list-style-type: none"> Para la presentación de propuestas de campañas cooperadas el contratista deberá tomar en cuenta aerolíneas, que mantengan una conectividad directa con Quito o planifiquen incorporar nuevas rutas hacia el destino.
		Cooperados con aerolíneas internacionales (acciones de promoción conjunta) hasta \$10.000 USD.	<ul style="list-style-type: none"> Las ideas de Cooperados se trabajarán en conjunto entre Quito Turismo y el partner internacional, buscando siempre la mejor exposición del destino en cada mercado internacional. Para el año 2023 se ha considerado realizar 3 cooperados con aerolíneas internacionales.
5	Eventos BTL y/o activaciones de promoción MICE	Realizar eventos de promoción MICE en el mercado Latinoamericano u otro mercado de relevancia, para promocionar el destino Quito y su oferta como destino de Reuniones / Romance. Quito Turismo puede requerir acciones adicionales con el objetivo de potenciar alguna promoción puntual del destino.	<ul style="list-style-type: none"> La realización de estas acciones promocionales se coordinará en conjunto entre Quito Turismo y el contratista La empresa podrá sugerir las acciones promocionales que fortalezcan la promoción y difusión del destino en los mercados internacionales, enfocados al segmento MICE & conectividad.

FEE MERCADEO MICE 2022 Y 2023

FEE AGENCIA 2022 Y 2023 MERCADEO Y MICE (POR 20 MESES)			
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES: CPC 838120316	METODOLOGÍA
1	Fee de Agencia 2022 Y 2023 (NORTEAMÉRICA, EUROPA, LATINOAMERICA Y RESTO DEL MUNDO)	<p>Servicio de representación en el exterior, para los mercados internacionales. Como agencia matriz de representación será la encargada de coordinar las acciones promocionales del destino Quito con sus filiales y/o asociados.</p> <p>Programa de representación y relaciones públicas con la industria turística Leisure y MICE de los mercados respectivos, que incluye: Envío de información y materiales de promoción de destino, llamadas de seguimiento, atención a solicitudes de la industria turística, entre otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> El contratista contará con el respaldo técnico de Quito Turismo especializado en el eje: Mercadeo, con quienes se coordinará las actividades y procedimientos necesarios para la ejecución de los productos y/o servicios requeridos. <p>* Realizar la elaboración de contenido noticioso del destino Quito dirigido al trade turístico de los mercados internacionales, el mismo debe ser aprobado por Quito Turismo</p>

	<p>Organización de agenda de citas de trabajo para eventos, misiones comerciales y/o ferias de turismo Leisure y MICE y seguimiento a los contactos establecidos en el mercado internacional.</p> <p>Apoyo en la logística y acompañamiento durante la ejecución del evento, misiones comerciales y/o ferias de promoción turística Leisure y MICE.</p> <p>Programa de representación y relaciones públicas con medios de comunicación de los mercados internacionales que incluyen: envío de información y materiales de prensa, llamadas de seguimiento, atención a solicitudes de prensa, manejo de crisis, entre otros.</p> <p>Gestionar entrevistas en la modalidad free press en medios de comunicación masiva. Cabe acotar que esta gestión debe ser complementada por la repercusión mediática que genere el envío de cada nota de prensa.</p> <p>Producción de agenda de medios y relaciones públicas de acuerdo con las necesidades del plan de comunicación de Quito Turismo.</p> <p>Cobertura de medios de las agendas de participación de Quito Turismo durante eventos, ferias y misiones comerciales de promoción turística de Quito como destino Leisure y MICE.</p>	<p>previo a su difusión.</p> <ul style="list-style-type: none"> Las actividades de comunicación como entrevistas y publicaciones de destino se coordinarán de forma anticipada con Quito Turismo donde se establecerá: fechas, horas y voceros para atención de entrevistas. <p>* Para la producción de agenda de medios y cobertura de eventos de promoción turística internacionales, el contratista trabajará constantemente con el equipo de Quito Turismo.</p>
--	--	--

7. INFORMACIÓN QUE DISPONE LA ENTIDAD CONTRATANTE

El administrador deberá entregar la información necesaria al contratista, tales como logotipos, información de Quito Turismo como entidad, entre otros; con la finalidad de que el contratista pueda utilizar dichos insumos para el cumplimiento del objeto del contrato. La información debe ser confidencial.

Entre la información principal que se entregará está:

- Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible de la ciudad de Quito.
- Información del SIIT “Sistema Institucional de Indicadores Turísticos de Quito”.
- Marca Turística y Manual de Marca de la ciudad.
- Link de álbumes digitales de fotografías de Quito.
- Y demás información que sea necesaria para la ejecución del contrato.
- Formatos de informes mensuales y monitoreo de media value

8. SERVICIOS ESPERADOS

La siguiente planificación de acciones promocionales se ajusta a nuevas tendencias y oportunidades de la actividad turística con la finalidad de fortalecer el impacto de la promoción del Distrito Metropolitano de Quito como un destino turístico a nivel internacional.



8.1 EJE 1: ACCIONES PROMOCIONALES DE MERCADEO
AÑO 2022

COTIZACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO PARA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL 2022					
CUADRO DE PRODUCTOS EUROPA Y EL RESTO DEL MUNDO 2022					
DIRECCIÓN DE MERCADEO					
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística.	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (LATA Expo, BirdFair, WTM).	3	\$3,350.00	\$10,050.00
		Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ.	1	\$15,000.00	\$15,000.00
2	Eventos BTL y/o activaciones de promoción turística	Realizar eventos ATL y/o BTL temáticos de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y prensa para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	3	\$6,700.00	\$20,100.00
3	Campañas de promoción digitales	El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores , OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional. *Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales u otros en espacios pagados.	2	\$10,000.00	\$20,000.00
4	Viajes al destino Quito	Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria turística y personalidades / celebridades, o influencers de mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.	12	\$1,400.00	\$16,800.00
5	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en	El contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico.	2	\$2,000.00	\$4,000.00

	actividades turísticas				
6	Roadshow	<ul style="list-style-type: none"> Organización de un Roadshow en mínimo 5 ciudades de Europa con al menos 50 invitados de la industria turística y prensa internacional. Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural). * Gestionar al menos 5 entrevistas en medios especializados. 	1	\$60,000.00	\$60,000.00
7	Servicio de elaboración y distribución de contenido noticioso, (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales), para los mercados de Europa y resto del mundo	<ul style="list-style-type: none"> Redacción y envío mensual de contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para los mercados internacionales. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) se deben enviar personalizados según el interés de cada país incorporando contenidos estratégicos, noticias de relevancia, temas de vanguardia, eventos del destino, entre otros. 	50	\$300.00	\$15,000.00
8	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	Clipping, media value (medios impresos, digitales, entrevistas de radio, apariciones en TV), alcance, etc. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales (España, Francia, Bélgica, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, entre otros).	10	\$1,200.00	\$12,000.00
9	Pauta en redes sociales	Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales en espacios pagados.	4	\$500.00	\$2,000.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO MERCANDEO EUROPA			\$	174,950.00	

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO NORTEAMERICA 2022					
ACCIONES PROMOCIONALES MERCANDEO					
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística.	<ul style="list-style-type: none"> Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (Re-Think, USTOA) Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ. 	2	\$5,000.00	\$10,000.00
2	Cooperados con industria turística	El contratista servirá de enlace para establecer campañas cooperadas de promoción o capacitaciones del destino con el trade turístico relevante en el mercado de Norteamérica.	1	\$10,000.00	\$10,000.00

3	Eventos BTL y/o activaciones de promoción turística	Realizar eventos ATL y/o BTL temáticos de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y prensa para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	2	\$5,000.00	\$10,000.00
4	Campañas de promoción digitales	El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores , OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional. *Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales u otros en espacios pagados.	2	\$12,500.00	\$25,000.00
5	Viajes al destino Quito	Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria turística y personalidades / celebridades, o influencers de mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.	10	\$1,000.00	\$10,000.00
6	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas	El contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico (USTOA - ATTA).	2	\$1,000.00	\$2,000.00
7	Roadshow	<ul style="list-style-type: none"> Organización de un Roadshow en mínimo 5 ciudades de Estados Unidos con al menos 50 invitados de la industria turística y prensa internacional. Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural). * Gestionar al menos 5 entrevistas con medios especializados.	1	\$60,000.00	\$60,000.00
8	Servicio de elaboración y distribución de contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para el mercado de Norteamérica.	<ul style="list-style-type: none"> Redacción y envío mensual de contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para los mercados internacionales. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) se deben enviar personalizados según el interés de cada país incorporando contenidos estratégicos, noticias de relevancia, temas de vanguardia, eventos del destino, entre otros.	40	\$275.00	\$11,000.00
9	Servicio de monitoreo del contenido noticioso	Clipping, media value (medios impresos, digitales, entrevistas de radio, apariciones en TV), alcance, etc. De cada uno de los países que	10	\$1,100.00	\$11,000.00



	(newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	conforman los mercados internacionales.			
10	Servicio de contratación Herramientas de promoción digital	<p>*El contratista entregará las herramientas digitales que dan soporte al funcionamiento de la promoción digital de Quito Turismo.</p> <p>* El contratista deberá presentar opciones de herramientas digitales internacionales que complementen la promoción del destino en cada uno de los mercados que conforman el continente americano, que de soporte a página web, aplicación, redes sociales, envíos masivos de emails, realización de webinars, entre otras.</p> <p>*El contratista deberá considerar como herramientas digitales elementos como: hosting, plug ins, membresías para desarrollo y mantenimiento de app, web, programa de monitoreo redes, renovación de dominios y membresías para diferentes estrategias de marketing (mailchimp, zoom, canva, entre otros).</p>	1	\$12,000.00	\$12,000.00
11	Pauta en redes sociales	Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales en espacios pagados.	5	\$420.00	\$2,100.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO MERCADEO NORTEAMÉRICA			\$	163,100.00	

CUADRO DE PRODUCTOS EUROPA Y EL RESTO DEL MUNDO 2022					
DIRECCIÓN MICE					
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en workshop ICCA (matriz basada en Holanda), a realizarse en la región.	1	\$1,200.00	\$1,200.00
2	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en	La agencia deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector MICE (Pago Membresía UFI).	1	\$4,000.00	\$4,000.00

actividades turísticas					
3	Eventos BTL y/o activaciones de promoción MICE	Realizar eventos de promoción MICE en el mercado europeo u otro mercado de relevancia en el resto del mundo, para promocionar el destino Quito y su oferta como destino de Reuniones /Romance. Quito Turismo puede requerir acciones adicionales con el objetivo de potenciar alguna promoción puntual del destino.	1	\$14,400.00	\$14,400.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO MICE EUROPA			\$	19,600.00	

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO NORTEAMERICA 2022					
ACCIONES PROMOCIONALES MICE					
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Viajes al destino Quito	Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria de reuniones (MICE), viajes de inspección y personalidades de los mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.	10	\$1,000.00	\$10,000.00
2	Eventos BTL y/o activaciones de promoción MICE	Realizar eventos de promoción MICE en el mercado norteamericano u otro mercado de relevancia, para promocionar el destino Quito y su oferta como destino de Reuniones/ Romance. Quito Turismo puede requerir acciones adicionales con el objetivo de potenciar alguna promoción puntual del destino.	1	\$4,000.00	\$4,000.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO MICE NORTEAMÉRICA			\$	14,000.00	

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO LATINOAMÉRICA 2022					
ACCIONES PROMOCIONALES MICE					
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en	*Pago tarifa workshop FIEXPO, incluye uso de marca del evento internacional, soporte para organización del evento, coordinación de buyers internacionales, entre otras acciones. * Propuesta de al menos 25 compradores internacionales, que incluya	1	\$5,000.00	\$5,000.00

	MICE	<p>perfil para su valoración y aceptación.</p> <p>*Coordinación de Rueda de negocios entre compradores y vendedores.</p> <p>*Proveer el sistema adecuado para el agendamiento de citas.</p> <p>*Al menos 1 charla magistral con experto de la industria MICE.</p> <p>*Al menos 1 charla magistral con experto de la industria MICE.</p> <p>*Al Menos 1 charla técnica con experto de la industria MICE.</p> <p>* Al menos 3 entrevistas en medios de comunicación especializados durante o sobre el evento, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value.</p>			
		<p>Coordinación del Montaje y desmontaje de stand con un espacio para 6 coexpositores (FLEXPO PANAMÁ). La participación deberá incluir: 1 Presentación de destino, 1 agenda de reuniones con mínimo 20 hosted buyers, 5 entrevistas con medios especializados.</p>	1	\$25,000.00	\$25,000.00
2	Roadshow/Presentación del destino	<p>Organización de un Roadshow y presentación de destino en Medellín y Bogotá el evento deberá contar con al menos 30 invitados de la industria MICE y operadores para el segmento leisure y prensa internacional, en dos horarios. Agenda con al menos 15 hosted buyers en cada evento.</p> <p>Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural).</p> <p>Al menos 5 entrevistas con medios especializados.</p>	1	\$17,000.00	\$17,000.00
3	Viajes al destino Quito.	<p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria de reuniones (MICE), viajes de inspección y personalidades de los mercados Internacionales.</p> <p>Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.</p>	20	\$1,000.00	\$20,000.00
4	Cooperados conectividad	Cooperados con aerolíneas internacionales de la región como LATAM / AVIANCA.	2	\$45,000.00	\$90,000.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL TOTAL MICE LATINOAMÉRICA			\$	157,000.00	

COTIZACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO PARA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL 2023					
CUADRO DE PRODUCTOS EUROPA Y EL RESTO DEL MUNDO 2023					
DIRECCIÓN DE MERCADEO					
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística.	<p>Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (LATA Expo, BirdFair, WTM).</p> <p>Coordinación del Montaje y desmontaje de Stands y/o actividades promocionales in situ.</p>	3	\$ 3,350.00	\$ 10,050.00
2	Eventos BTL y/o activaciones de promoción turística	Realizar eventos ATL y/o BTL temáticos de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y prensa para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	3	\$ 6,700.00	\$ 20,100.00
3	Campañas de promoción digitales	<p>El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores, OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional.</p> <p>*Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales u otros en espacios pagados.</p>	2	\$ 10,000.00	\$ 20,000.00
4	Viajes al destino Quito	Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria turística y personalidades / celebridades, o influencers de mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.	12	\$ 1,400.00	\$ 16,800.00
5	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas	El contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico.	2	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
6	Roadshow	<ul style="list-style-type: none"> Organización de un Roadshow en mínimo 5 ciudades de Europa con al menos 50 invitados de la industria turística y prensa internacional. Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural). <p>* Gestionar al menos 5 entrevistas en medios especializados.</p>	1	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
7	Servicio de elaboración y	<ul style="list-style-type: none"> Redacción y envío mensual de contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, 	50	\$ 300.00	\$ 15,000.00

	distribución de contenido noticioso, (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales), para los mercados de Europa y resto del mundo	reportajes especiales) para los mercados internacionales. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) se deben enviar personalizados según el interés de cada país incorporando contenidos estratégicos, noticias de relevancia, temas de vanguardia, eventos del destino, entre otros.			
8	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	Clipping, media value (medios impresos, digitales, entrevistas de radio, apariciones en TV), alcance, etc. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales (España, Francia, Bélgica, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, y resto del mundo).	10	\$ 1,200.00	\$ 12,000.00
9	Pauta en redes sociales	Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales en espacios pagados.	4	\$ 500.00	\$ 2,000.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO MERCADO EUROPA			\$	174,950.00	

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO NORTEAMERICA 2023					
ACCIONES PROMOCIONALES MERCADEO					
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística.	• Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (Re-Think, USTOA) • Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ.	2	\$5,000.00	\$10,000.00
2	Cooperados con industria turística	El contratista servirá de enlace para establecer campañas cooperadas de promoción o capacitaciones del destino con el trade turístico relevante en el mercado de Norteamérica.	1	\$10,000.00	\$10,000.00
3	Eventos BTL y/o activaciones de promoción turística	Realizar eventos ATL y/o BTL temáticos de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y prensa para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	2	\$5,000.00	\$10,000.00
4	Campañas de promoción digitales	El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores, OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional. *Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales u otros	2	\$12,500.00	\$25,000.00

		en espacios pagados.			
5	Viajes al destino Quito	Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria turística y personalidades / celebridades, o influencers de mercados Internacionales. Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.	10	\$1,000.00	\$10,000.00
6	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas	El contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico (USTOA - ATTA).	2	\$1,000.00	\$2,000.00
7	Roadshow	<ul style="list-style-type: none"> Organización de un Roadshow en mínimo 5 ciudades de Estados Unidos con al menos 50 invitados de la industria turística y prensa internacional. Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural) * Gestionar al menos 5 entrevistas con medios especializados 	1	\$60,000.00	\$60,000.00
8	Servicio de elaboración y distribución de contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para el mercado de Norteamérica.	<ul style="list-style-type: none"> Redacción y envío mensual de contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) para los mercados internacionales. * Los contenidos noticiosos (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) se deben enviar personalizados según el interés de cada país incorporando contenidos estratégicos, noticias de relevancia, temas de vanguardia, eventos del destino, entre otros. 	40	\$275.00	\$11,000.00
9	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	Clipping, media value (medios impresos, digitales, entrevistas de radio, apariciones en TV), alcance, etc. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales.	10	\$1,100.00	\$11,000.00
10	Servicio de contratación Herramientas de promoción digital	<ul style="list-style-type: none"> *El contratista entregará las herramientas digitales que dan soporte al funcionamiento de la promoción digital de Quito Turismo. * El contratista deberá presentar opciones de herramientas digitales internacionales que complementen la promoción del destino en cada uno de los mercados que conforman el continente americano, que de soporte a página web, aplicación, redes sociales, envíos masivos de emails, realización de webinars, entre otras. *El contratista deberá considerar como herramientas digitales elementos como: hosting, plug ins, membresías para desarrollo y mantenimiento de app, web, programa de monitoreo redes, renovación de dominios y membresías para diferentes estrategias de marketing (mailchimp, zoom, canva, entre otros). 	1	\$12,000.00	\$12,000.00
11	Pauta en redes sociales	Campañas de Posicionamiento del destino Quito a través de Redes Sociales en	5	\$420.00	\$2,100.00

espacios pagados.

PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO MERCADEO NORTEAMÉRICA

\$ **163,100.00**

CUADRO DE PRODUCTOS EUROPA Y EL RESTO DEL MUNDO 2023

DIRECCIÓN MICE

DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES

Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en workshop ICCA (matriz basada en Holanda), a realizarse en la región.	1	\$1,200.00	\$1,200.00
2	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas MICE	El Contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico. (Pago membresía ICCA). El Contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico. (Pago Membresía UFI).	1	\$3,000.00	\$3,000.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO MICE EUROPA					\$ 7,200.00

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO NORTEAMERICA 2023

ACCIONES PROMOCIONALES MICE

DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES

Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	Participación en evento internacional boda - destino Este servicio debe incluir: Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en evento boda-destino. Acompañamiento de un representante del contratista durante el evento. Al menos 5 entrevistas en medios de comunicación especializados en cada uno de los eventos, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value.	1	\$8,000.00	\$8,000.00
		Participación en otras Ferias Internacionales MICE del mercado Norteamérica:	1	\$20,000.00	\$20,000.00

		<p>Este servicio debe incluir:</p> <p>Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo.</p> <p>Logística para presentación de Destino.</p> <p>Coordinación del montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ.</p> <p>Otras acciones referentes a ferias solicitadas por Quito Turismo.</p>			
2	Viajes al destino Quito	<p>Famtrip Norteamérica (Hosted Buyers USA - MEX)</p> <p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria de reuniones (MICE), viajes de inspección y personalidades de los mercados Internacionales.</p> <p>Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas. (5 Pax y/o medios internacionales desde América)</p>	5	\$1,000.00	\$5,000.00
3	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas MICE	El Contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico MICE. Pago Membresía SITE.	1	\$500.00	\$500.00
4	Eventos BTL y/o activaciones de promoción MICE	Realizar eventos de promoción MICE en el mercado norteamericano u otro mercado de relevancia, para promocionar el destino Quito y su oferta como destino de Reuniones/ Romance. Quito Turismo puede requerir acciones adicionales con el objetivo de potenciar alguna promoción puntual del destino.	1	\$15,000.00	\$15,000.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO MICE NORTEAMÉRICA			\$	48,500.00	

CUADRO DE PRODUCTOS MERCADO LATINOAMÉRICA 2023					
ACCIONES PROMOCIONALES MICE					
DETALLE DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y ACTIVIDADES					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE	<p>Evento sugerido: IBTM México, este servicio debe incluir:</p> <p>*Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en el evento.</p> <p>*Desayuno de presentación de destino para compradores.</p> <p>*Coordinación del montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ, preparadas para Quito Turismo y 6 coexpositores.</p> <p>* Agenda de al menos 20 reuniones con hosted buyers durante el evento.</p> <p>* Acompañamiento de un representante del contratista durante el evento.</p>	1	\$15,000.00	\$15,000.00

		<p>* Al menos 5 entrevistas en medios de comunicación especializados en cada uno de los eventos, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value.</p> <p>Participación en Fiexpo (sede por confirmar):</p> <ul style="list-style-type: none"> *Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo en Fiexpo. *Desayuno de presentación de destino para compradores. *Coordinación del montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ, preparadas para Quito Turismo y 6 coexpositores. * Agenda de al menos 20 reuniones con hosted buyers durante el evento. * Acompañamiento de un representante del contratista durante el evento. <p>* Al menos 5 entrevistas en medios de comunicación especializados en cada uno de los eventos, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value.</p> <p>Presentación de destino y rueda de negocios (2 destinos por confirmar):</p> <ul style="list-style-type: none"> Espacio para el desarrollo del evento en cada una de las ciudades. Alimentación según corresponda el horario del evento para presentación de destino en cada una de las ciudades, al menos 50 pax. Coordinación del montaje y desmontaje de rueda de negocios y/o actividades promocionales in situ, preparadas para Quito Turismo y coexpositores. Agenda de al menos 30 reuniones B2B con hosted buyers en cada evento. Acompañamiento de un representante del contratista durante el evento. <p>Al menos 5 entrevistas en medios de comunicación especializados en cada uno de los eventos, que aseguren un alto alcance mediático y comprobado con su respectivo media value.</p>	1	\$28,000.00	\$28,000.00
2	Viajes al destino Quito	<p>Famtrip MICE (Hosted Buyers internacionales):</p> <p>Estos viajes pueden ser de prensa, blogueros, industria de reuniones (MICE), viajes de inspección y personalidades de los mercados Internacionales.</p> <p>Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes o la gestión de gratuidad con aerolíneas.</p>	12	\$1,000.00	\$12,000.00
3	Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas MICE	<p>El Contratista deberá realizar el pago correspondiente a membresías con asociaciones y gremios de importancia para el sector turístico. Pago Membresía MPI.</p>	1	\$500.00	\$500.00

		Cooperados con aerolíneas internacionales (acciones de promoción conjunta) hasta \$30,000 USD.	1	\$20,000.00	\$20,000.00
4	Cooperados conectividad	Cooperados con aerolíneas internacionales (acciones de promoción conjunta) hasta \$20,000 USD.	1	\$20,000.00	\$20,000.00
		Cooperados con aerolíneas internacionales (acciones de promoción conjunta) hasta \$10,000 USD.	1	\$10,000.00	\$10,000.00
5	Eventos BTL y/o activaciones de promoción MICE	Realizar eventos de promoción MICE en el mercado Latinoamericano u otro mercado de relevancia, para promocionar el destino Quito y su oferta como destino de Reuniones / Romance. Quito Turismo puede requerir acciones adicionales con el objetivo de potenciar alguna promoción puntual del destino.	1	\$5,000.00	\$5,000.00
PRESUPUESTO REFERENCIAL TOTAL MICE LATINOAMÉRICA			\$	134,500.00	



FEE MERCADEO Y MICE AÑOS 2022 Y 2023

COTIZACIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO PARA CONTRATACIÓN INTERNACIONAL					
FEE AGENCIA 2022 Y 2023 MERCADEO Y MICE (POR 20 MESES)					
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD MÍNIMA REQUERIDA	COSTO UNITARIO REFERENCIAL	VALOR TOTAL
1	Fee de Agencia 2022 Y 2023 (NORTEAMÉRICA, EUROPA, LATINOAMERICA Y RESTO DEL MUNDO)	<p>Servicio de representación en el exterior, para los mercados internacionales. Como agencia matriz de representación será la encargada de coordinar las acciones promocionales del destino Quito con sus filiales y/o asociados.</p> <p>Programa de representación y relaciones públicas con la industria turística Leisure y MICE de los mercados respectivos, que incluye: Envío de información y materiales de promoción de destino, llamadas de seguimiento, atención a solicitudes de la industria turística, entre otros.</p> <p>Organización de agenda de citas de trabajo para eventos, misiones comerciales y/o ferias de turismo Leisure y MICE y seguimiento a los contactos establecidos en el mercado internacional.</p> <p>Apoyo en la logística y acompañamiento durante la ejecución del evento, misiones comerciales y/o ferias de promoción turística Leisure y MICE.</p> <p>Programa de representación y relaciones públicas con medios de comunicación de los mercados internacionales que incluyen: envío de información y materiales de prensa, llamadas de seguimiento, atención a solicitudes de prensa, manejo de crisis, entre otros.</p> <p>Gestionar entrevistas en la modalidad free press en medios de comunicación masiva. Cabe acotar que esta gestión debe ser complementada por la repercusión mediática que genere el envío de cada nota de prensa.</p>	20	\$12,000.00	\$240,000.00



	Producción de agenda de medios y relaciones públicas de acuerdo con las necesidades del plan de comunicación de Quito Turismo.				
	Cobertura de medios de las agendas de participación de Quito Turismo durante eventos, ferias y misiones comerciales de promoción turística de Quito como destino Leisure y MICE.				
PRESUPUESTO REFERENCIAL MÁXIMO FEE MERCADEO Y MICE 2022 Y 2023		\$	240,000.00		

IMPORTANTE:

- Estos productos y/o servicios podrán ser sujetos de revisión durante la ejecución del contrato, los mismos podrán ser alineados a las tendencias turísticas actuales y a las necesidades institucionales de Quito Turismo.
- Los valores citados para cada producto y/o servicio son referenciales, los mismos podrán ser ajustados por factores y condiciones del producto o naturaleza de los mercados, sin que esto afecte el presupuesto y el objeto de la contratación.
- La cantidad mínima requerida es un valor referencial, las mismas podrán ser ajustadas en mayor o menor número de acuerdo con las necesidades institucionales o las tendencias del mercado. Todo cambio o ajuste de productos, servicios y/o actividades se realizará a través de la aprobación del administrador de contrato quien notificará al proveedor a través de correo electrónico.
- El requerimiento que realice Quito Turismo sobre la ejecución del servicio de representación y relaciones públicas será acorde al mercado correspondiente al objeto del contrato. Sin embargo, se podrá solicitar la ejecución de acciones en otros mercados, acorde a las necesidades de la Empresa y beneficio del Distrito Metropolitano de Quito.

PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de la presente contratación es de 20 meses contados desde la suscripción del contrato.

10. PERSONAL TÉCNICO

10.1. PERSONAL TÉCNICO

La empresa contratada deberá contar con el siguiente personal técnico:

Cantidad	Función	Perfil	Documentos de Soporte
1	Director o Coordinador de Cuenta	Título mínimo de tercer nivel en marketing, relaciones públicas, turismo o afines.	Copia del título mínimo de tercer nivel
1	Ejecutivo EJE MERCADO	Título mínimo de tercer nivel en marketing, relaciones públicas, turismo o afines.	Copia del título mínimo de tercer nivel
1	Ejecutivo EJE MICE	Título mínimo de tercer nivel en marketing, relaciones públicas, turismo o afines.	Copia del título mínimo de tercer nivel
1	Ejecutivo de Marketing Digital y Redes Sociales.	Título de al menos tercer nivel en marketing digital, community manager,	Título de al menos tercer nivel

marketing y/o afines		
1	Ejecutivo de Comunicación	Mínimo tercer nivel en comunicación, relaciones públicas y/o afines

10.2. EXPERIENCIA PERSONAL TÉCNICO

Cantidad	Función	Perfil	Documentos de Soporte
1	Director o Coordinador de Cuenta	Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años Fluidez en el idioma español que le permita realizar procesos de contratación pública y elaborar informes de cumplimiento.	2 certificados que avalen la experiencia mínima de 5 años representando destinos turísticos. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es legua materna
1	Ejecutivo EJE MERCADEO	Al menos 3 años de experiencia trabajando en representación de destinos turísticos en los últimos 5 años. Fluidez en el idioma inglés y de los mercados priorizados (Países Bajos, Alemania, Francia, Italia) en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).	1 certificado que valide su experiencia laboral de al menos 3 años en el manejo de Relaciones Públicas en el mercado turístico 1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, holandés francés, alemán, español, italiano)
1	Ejecutivo EJE MICE	Al menos 3 años de experiencia trabajando en representación de destinos turísticos en el segmento MICE en los últimos 5 años. Fluidez en el idioma inglés y de los mercados priorizados (Países Bajos, Alemania, Francia) en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).	1 certificado que valide su experiencia laboral de al menos 3 años en el manejo de Relaciones Públicas en el segmento MICE 1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, holandés francés, alemán, español)
1	Ejecutivo de Marketing Digital y Redes Sociales.	Al menos 3 años de experiencia en marketing digital y/o manejo de redes sociales Experiencia en la realización de	1 certificado que valide su experiencia de manejo de redes sociales y/o marketing digital

		<p>campañas digitales</p> <p>Conocimiento del idioma español e inglés</p>	1 certificado laboral que valide su conocimiento en idiomas inglés y español
	Ejecutivo de Comunicación	<p>Al menos 3 años de experiencia en comunicación, relaciones públicas y/afines</p> <p>Experiencia en elaboración de boletines, newsletters, notas de prensa.</p> <p>Fluidez en el idioma inglés y de los mercados priorizados (Países Bajos, Alemania, Francia) en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).</p>	<p>1 certificado que avale la experiencia de mínimo 3 años como comunicador y/o relacionista público,</p> <p>1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, holandés francés, alemán, español)</p>

11. RECURSOS O EQUIPOS DE TRABAJO

No aplica por no ser necesario.

12. PERFIL DEL OFERENTE

12.1. REQUISITOS MÍNIMOS DE ELEGIBILIDAD / EMPRESA

- La empresa debe contar con una filial, red o representante en mínimo 6 mercados priorizados entre los cuales se encuentran: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, España, Países Bajos y Francia, con su respectivo equipo de trabajo que atienda los requerimientos de Quito Turismo y tenga capacidad de respuesta inmediata.
- Constitución legal de la empresa en uno de los siguientes países: Alemania, Bélgica, España, Brasil, Chile, China Argentina, Belarús, Corea, Francia, Italia, Japón, Qatar, Rumanía, Rusia, Singapur, Suiza, Uruguay, Bolivia, Perú, Colombia, México o Canadá, debido a que son países en los que Ecuador mantiene un convenio de doble tributación, lo que representa un ahorro para Quito Turismo, al momento de realizar los pagos respectivos por el servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito en los mercados de Norteamérica, Europa y resto del mundo para los años 2022 y 2023.

12.2. EXPERIENCIA GENERAL

Descripción	Tiempo	Número de proyectos	Monto por proyecto
Experiencia en procesos relacionados al servicio de relaciones públicas y/o	En los últimos 15 años	<p><i>Al menos dos certificados, o copia de acta entrega - recepción o copia de contrato de la empresa contratante. Que incluya información sobre el monto total y las actividades</i></p>	<p>Se debe sustentar con al menos uno o varios proyectos que alcancen como mínimo el 50% del presupuesto referencial de esta contratación.</p> <p>El monto mínimo requerido</p>

representación.		realizadas.	podrá ser la suma de los certificados y/o copias de actas y/o copias de contratos entregados como aval de esta experiencia.
-----------------	--	-------------	---

12.3. EXPERIENCIA ESPECÍFICA

Descripción	Tiempo	Número de proyectos	Monto por proyecto
Experiencia en procesos relacionados al servicio de relaciones públicas y representación en al menos 3 destinos turísticos del continente americano (Leisure) y en al menos 2 destinos en el continente Americano en el segmento MICE	En los últimos 5 años	<i>Al menos 1 certificado por cada destino representado, o copia de acta entrega - recepción o copia de contrato de la empresa contratante. Que incluya información sobre el monto total y las actividades realizadas.</i>	Se debe sustentar con al menos uno o varios proyectos que alcancen como mínimo el 25% del presupuesto referencial de esta contratación. El monto mínimo requerido podrá ser la suma de los certificados y/o copias de actas y/o copias de contratos entregadas como aval de esta experiencia.

Se tomará como referencia los certificados desde el año 2017.

13. ANTICIPIO

En esta contratación no aplican anticipos

14. FORMAS Y CONDICIONES DE PAGO

El pago se realizará de acuerdo con los productos y servicios entregados, previo a la presentación de un informe de cumplimiento de actividades mensual o por períodos, que incluya soportes en digital e impreso, y la presentación del acta entrega recepción correspondiente, realizada por el administrador del contrato. Se deberá considerar todos los detalles mencionados en la Metodología de Trabajo de estos Términos de Referencia mencionadas en el punto Nro. 6.

15. ENTREGA DE GARANTÍA

Previa la firma del contrato, de conformidad al artículo 73 y siguientes de la ley orgánica del Sistema Nacional de contratación Pública, se requiere lo siguiente:

- Garantía de fiel cumplimiento del contrato, por el 5% del valor total del contrato a ser ejecutables en el Ecuador.



A la fecha de presentación, las garantías deberán tener una validez similar al plazo del contrato más un período adicional de 60 días.

16. PRESUPUESTO REFERENCIAL DE CONTRATACIÓN 2022 – 2023

De conformidad con el estudio del mercado, el presupuesto referencial para la presente contratación es de \$ 1'296.900 dólares americanos con 00/100 más IVA (un millón doscientos noventa y seis mil novecientos con 00/100), respaldado con las certificaciones presupuestarias 2022 Y 2023.

Valor de Certificaciones Presupuestarias		
Eje	2022	2023
Mercadeo Europa	\$ 193,436.00	\$ 241,436.00
Mercadeo Norteamérica	\$ 197,699.00	\$ 197,699.00
Sistemas	\$ 12,000.00	\$ 12,000.00
MICE Internacional (Norteamérica, Europa, Latinoamérica y Resto del Mundo)	\$ 221,865.00	\$ 221,865.00
Totales	\$ 625,000.00	\$ 673,000.00

17. PARÁMETROS DE CALIFICACIÓN DE LA OFERTA

La evaluación se realizará en dos etapas:

- **Cumplimiento de requisitos mínimos**
- **Evaluación por puntaje**

Evaluación de cumplimiento de requisitos mínimos

VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO DE REQUISITOS MÍNIMOS:	CUMPLE	NO CUMPLE
Integridad de la oferta y requisitos mínimos del oferente		
Personal técnico		
Experiencia personal técnico		
Experiencia General		
Experiencia Específica		
Experiencia Adicional Empresa		
Oferta Técnica		
Oferta Económica		
Formulario Municipal de Transparencia		

Integridad de la oferta

La integridad de la oferta se evaluará considerando la presentación del Formulario y el cumplimiento de los Requisitos Mínimos previstos. Para la verificación del cumplimiento de los requisitos mínimos se utilizará la metodología “CUMPLE O NO CUMPLE”.

Requisitos Mínimos:

Los oferentes deberán incluir dentro de su propuesta de manera pormenorizada el cumplimiento de cada uno de los siguientes ítems requeridos en los presentes Términos de Referencia.

Empresa:

DESCRIPCIÓN	DOCUMENTACIÓN HABILITANTE
La empresa debe contar con una filial, red o representante en mínimo 6 mercados priorizados entre los cuales se encuentran: Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, España, Países Bajos y Francia, con su respectivo equipo de trabajo que atienda los requerimientos de Quito Turismo y tenga capacidad de respuesta inmediata.	Organigrama por cada mercado seleccionado del equipo de trabajo para Quito.
Constitución legal de la empresa en uno de los siguientes países: Alemania, Bélgica, España, Brasil, Chile, China Argentina, Belarús, Corea, Francia, Italia, Japón, Qatar, Rumanía, Rusia, Singapur, Suiza, Uruguay, Bolivia, Perú, Colombia, México o Canadá.	Constitución de la empresa

Personal Técnico:

CANT	PERSONAL TÉCNICO	DOCUMENTACIÓN HABILITANTE
1	Director / Coordinador de cuenta	Copia de título mínimo de 3er. Nivel en Marketing, Relaciones Públicas, Turismo o afines.
1	Ejecutivo Eje Mercadeo	Copia de título mínimo de 3er nivel en Marketing, Relaciones públicas, Turismo o afines
1	Ejecutivo Eje MICE	Copia de título mínimo de 3er nivel en Marketing, Relaciones públicas, Turismo o afines
1	Ejecutivo de Marketing Digital y Redes Sociales.	Copia de título mínimo de 3er nivel en marketing, Marketing digital, community manager y/o afines.
1	Ejecutivo de Comunicación	Copia de título mínimo de 3er nivel en comunicación, relaciones públicas y/o afines.

Experiencia personal técnica:

Cantidad	Función	Perfil	Documentos de Soporte
1	Director o Coordinador de Cuenta	Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años Fluidez en el idioma español que le permita realizar procesos de contratación pública y elaborar informes de cumplimiento.	2 certificados que avalen la experiencia mínima de 5 años representando destinos turísticos. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es legua materna
1	Ejecutivo EJE MERCADEO	Al menos 3 años de experiencia trabajando en representación de destinos turísticos en los últimos 5 años. Fluidez en el idioma inglés y de los mercados priorizados (Países Bajos, Alemania, Francia, Italia) en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).	1 certificado que valide su experiencia laboral de al menos 3 años en el manejo de Relaciones Públicas en el mercado turístico 1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, holandés francés, alemán, español, italiano)
1	Ejecutivo EJE MICE	Al menos 3 años de experiencia trabajando en representación de destinos turísticos en el segmento MICE en los últimos 5 años. Fluidez en el idioma inglés y de los mercados priorizados (Países Bajos, Alemania, Francia) en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).	1 certificado que valide su experiencia laboral de al menos 3 años en el manejo de Relaciones Públicas en el segmento MICE 1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, holandés francés, alemán, español)
1	Ejecutivo de Marketing Digital y Redes Sociales.	Al menos 3 años de experiencia en marketing digital y/o manejo de redes sociales Experiencia en la realización de campañas digitales Conocimiento del idioma español e inglés	1 certificado que valide su experiencia de manejo de redes sociales y/o marketing digital 1 certificado laboral que valide su conocimiento en idiomas inglés y

1	Ejecutivo de Comunicación	<p>Al menos 3 años de experiencia en comunicación, relaciones públicas y/afines</p> <p>Experiencia en elaboración de boletines, newsletters, notas de prensa.</p> <p>Fluidez en el idioma inglés y de los mercados priorizados (Países Bajos, Alemania, Francia) en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).</p>	<p>español</p> <p>1 certificado que avale la experiencia de mínimo 3 años como comunicador y/o relacionista público,</p> <p>1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, holandés francés, alemán, español)</p>
---	---------------------------	--	---

Experiencia General

REQUERIMIENTO	CANT	EXPERIENCIA MÍNIMA
EXPERIENCIA GENERAL DEL OFERENTE	1	La empresa deberá presentar al menos 2 certificado o copia de acta entrega – recepción o copia de contrato como experiencia en la representación y relaciones públicas en los últimos 15 años.

Experiencia Específica

REQUERIMIENTO	CANT	EXPERIENCIA MÍNIMA
EXPERIENCIA ESPECÍFICA DEL OFERENTE	1	<p>La empresa deberá presentar al menos 1 certificado o copia de acta entrega – recepción o copia de contrato como experiencia en procesos relacionados al servicio de relaciones públicas y representación en al menos 3 destinos turísticos del continente americano (Leisure) y en al menos 2 destinos en el continente Americano en el segmento MICE</p> <p>(1 certificado por cada destino representado).</p>

Experiencia Adicional de la Empresa

REQUERIMIENTO	CANT	EXPERIENCIA MÍNIMA
EXPERIENCIA ADICIONAL DEL OFERENTE	1	<p>LEISURE</p> <p>La empresa deberá presentar al menos 1 certificado de la experiencia total en años manejando destinos a nivel leisure.</p>

EXPERIENCIA ADICIONAL DEL OFERENTE	1	MICE La empresa deberá presentar al menos 1 certificado de la experiencia total en años manejando destinos a nivel MICE
------------------------------------	---	---

Oferta Técnica

Los oferentes deberán incluir dentro de su propuesta de manera pormenorizada el cumplimiento de cada uno de los productos / servicios esperados de acuerdo con las especificaciones técnicas de estos Términos de Referencia para los ejes de Mercadeo y MICE.

Oferta Económica

Los oferentes deberán presentar su oferta económica en el formulario correspondiente, la misma deberá ser inferior o igual al presupuesto referencial establecido por Quito Turismo en los Términos de Referencia para la contratación, además se deberán detallar los costos unitarios de cada uno de los ítems ofertados para cada eje de campaña.

18. METODOLOGÍA DE CALIFICACIÓN POR PUNTAJE:

La metodología de calificación se realizará en dos fases:

19.1 Requisitos Mínimos:

PARÁMETRO	CUMPLE	NO CUMPLE	MEDIOS DE COMPROBACIÓN	OBSERVACIONES
INTEGRIDAD DE LA OFERTA			Presentación de Oferta con formularios debidamente llenados y firmados electrónicamente (PDF Original)	
PERSONAL TÉCNICO MÍNIMO			Copia Título profesional	
EXPERIENCIA MÍNIMA DEL PERSONAL TÉCNICO			Certificado de trabajo que acredite experiencia para cada función solicitada.	
EXPERIENCIA GENERAL			La empresa deberá presentar al menos 2 certificado o copia de acta entrega – recepción o copia de contrato como experiencia en la representación y relaciones públicas en los últimos 15 años.	
EXPERIENCIA ESPECÍFICA			La empresa deberá presentar al menos 1 certificado o copia de acta entrega – recepción o copia de contrato como experiencia en procesos relacionados al servicio de relaciones públicas y representación en al menos 3	

		destinos turísticos en Latinoamérica en los segmentos Leisure y MICE (1 certificado por cada destino representado).	
EXPERIENCIA ADICIONAL		<p>La empresa deberá presentar al menos 1 certificado de la experiencia total en años manejando destinos a nivel Leisure.</p> <p>La empresa deberá presentar al menos 1 certificado de la experiencia total en años manejando destinos a nivel MICE.</p>	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS		Formulario de especificaciones técnicas	
OFERTA ECONÓMICA		Formulario de oferta económica.	
OTROS PARÁMETROS		Formulario Municipal de Transparencia	

19.2 Parámetros para calificación por puntaje

PARÁMETRO	PUNTAJE	OBSERVACIONES
1. EXPERIENCIA GENERAL	Sobre 25 pts.	
2. EXPERIENCIA ESPECÍFICA	Sobre 25 pts.	
3. EXPERIENCIA ADICIONAL	Sobre 20 pts	
4. OFERTA ECONÓMICA	Sobre 30 pts.	

19.3 Metodología de calificación por puntaje

Parámetros para evaluar por puntaje:

PARÁMETRO	VALORACIÓN
Experiencia General	25 puntos
Experiencia Específica	25 puntos
Experiencia Adicional	20 puntos
Cumplimiento de la Oferta económica	30 puntos

Calificación de Experiencia General:

- El Monto máximo para otorgar puntaje de experiencia general será de: **\$972.675,00 USD** al mismo que le corresponderá la calificación de **25 puntos**.
- En montos menores de **\$972.675,00 USD** se realizará la respectiva regla de tres para determinar el puntaje correspondiente.

Calificación de Experiencia Específica:

- El monto máximo para otorgar puntaje de experiencia específica será de **\$ 1'296.900,00 USD** al mismo que le corresponderá la calificación de **25 puntos**.
- En montos menores de **\$1'296.900,00 USD** se realizará la respectiva regla de tres para determinar el puntaje correspondiente.

Calificación de Experiencia Adicional:

La experiencia en años en manejo de mercados Leisure cuyo valor sea mayor entre todas las ofertas presentadas se calificará con un puntaje de **10 puntos**.

La experiencia en años en manejo de mercados MICE cuyo valor sea mayor entre todas las ofertas presentadas se calificará con un puntaje de **10 puntos**.

A las demás empresas se las calificará con la siguiente fórmula de manera proporcional:

$$\text{LEISURE} \quad \frac{\text{Años de experiencia adicional evaluada}}{\text{Años de experiencia adicional más alta}} \quad \times 10$$
$$\text{MICE} \quad \frac{\text{Años de experiencia adicional evaluada}}{\text{Años de experiencia adicional más alta}} \quad \times 10$$

Se considerarán cuatro decimales para el cálculo.

*No se puntuará la cantidad mínima requerida

Calificación de Oferta Económica:

La oferta económica cuyo monto sea menor entre todas las ofertas presentadas se calificará con un puntaje de **30 puntos**.

A las demás ofertas se las calificará con la siguiente fórmula de manera proporcional:

$$\frac{\text{Oferta económica más baja}}{\text{Oferta económica evaluada}} \quad \times 30$$

Se considerarán cuatro decimales para el cálculo.

19. OBLIGACIONES DE LAS PARTES

19.1. OBLIGACIONES DEL CONTRATANTE (QUITO TURISMO)

- Pagar por los servicios y/o productos recibidos tras la presentación de la respectiva acta entrega recepción, siempre y cuando estos se hayan realizado a satisfacción de Quito Turismo y sean presentados en el informe de cumplimiento de actividades que debe ser presentado por eje de campaña para el procedimiento de los pagos parciales correspondientes.
- Quito Turismo no asume gastos no estipulados en los presentes términos de referencia.
- Quito Turismo no tiene ni tendrá responsabilidades laborales con el personal que se contrate, como equipo técnico para la ejecución de este proyecto, etc.
- Quito Turismo deberá proporcionar la información que dispone como entidad para uso del proveedor requeridos para el cumplimiento de productos de los ejes de actividades.
- Aprobar artes, textos, y demás herramientas promocionales que se utilicen en los ejes promocionales, previo a la publicación de estas.

19.2. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA A CONTRATARSE

- Dar cumplimiento y ejecución a los servicios y/o productos contratados de acuerdo con los requerimientos detallados en las especificaciones técnicas de este informe.
- El proveedor seleccionado no se limitará a los servicios solicitados por Quito Turismo, ya que por su experiencia podrá sugerir la inclusión de servicios adicionales, a fin de complementar la propuesta general objeto de este contrato.
- El proveedor deberá cancelar los servicios prestados, previo al pago que Quito Turismo realice, por tanto, deberá contar con capacidad de financiamiento y solvencia.
- Presentar un informe de cumplimiento con firma de responsabilidad una vez ejecutados los productos y servicios como requisito para el proceso de pago, que incluya un registro fotográfico y respaldos físicos en caso de ser necesarios. Este informe deberá ser presentado a los técnicos de seguimiento de la contratación quienes a su vez emitirán un informe de conformidad al Administrador del Contrato.
- Elaborar un informe anual de resultados e impacto de las actividades ejecutadas en cada uno de los mercados.
- De efectuarse algún cambio, se notificará por cualquier canal de comunicación al administrador del contrato, mismo deberá aprobar o desaprobar lo solicitado para el fiel cumplimiento del contrato.
- El proveedor será el único responsable y responderá ante cualquier contratiempo o daños a terceros.
- Presentar la garantía económica de fiel cumplimiento del contrato.
- El oferente adjudicado deberá presentar la documentación legal pertinente y apostillada que requiera Quito Turismo.

20. ÍNDICES FINANCIEROS

Presentar los estados financieros de la empresa del último año fiscal y cumplimiento de obligaciones tributarias a través de pago de impuestos de acuerdo con el país de constitución de la empresa.



21. COMISIÓN TÉCNICA

De acuerdo con el reglamento general de la ley del Sistema Nacional de Contratación Pública, artículo 18; la comisión técnica estará integrada de la siguiente manera:

1. Oscar López, Gerente Técnico, designado por la máxima autoridad, quien la presidirá.
2. Paola Jarrín, Coordinadora MICE, titular del área requirente o su delegado; y
3. Marco García, Coordinador de Relaciones Públicas, profesional afín al objeto de la contratación, designado por la máxima autoridad o su delegado.
4. Ana Mariño, secretaria de la Comisión.

22. ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO

El contrato será administrado por el Coordinador de Promoción Internacional (América), quien velará por el cumplimiento de las acciones y entrega de productos que se detallan en los presentes Términos de Referencia.

23. CPC

El CPC para presente contratación será: 838120316

24. PATRIMONIO

Según la resolución 72 del Servicio Nacional de Contratación Pública (Sercop), se deberá acreditar un patrimonio mínimo de \$110.628 USD, lo que deberá ser justificado a través de la presentación de los estados financieros de la empresa.

Elaborado por:

Rubén Lara
Director de Mercadeo (S)

Carlos Benítez
Director MICE (S)

Revisado por:

María Belén Heredia
Gerente Técnico (S).