

EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO

ANEXO 1

CONTRATACIÓN INTERNACIONAL

CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE AMÉRICA PARA LOS AÑOS 2026 Y 2027

1. OBJETO DE CONTRATACIÓN Y CPC

Área Requirente:	Dirección de Promoción del Destino Turístico / Dirección de Turismo de Negocios y Atracción de eventos
Objeto de la Contratación:	SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE AMÉRICA PARA LOS AÑOS 2026 Y 2027
CPC:	838120316

2. DATOS GENERALES

2.1 Antecedentes

Mediante la Ordenanza Metropolitana N°309, actualmente compilada en el código municipal, se crea la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico “Quito Turismo”. Dentro de sus objetivos principales se encuentra los siguientes objetivos:

- 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;
- Promocionar el Distrito Metropolitano de Quito como destino turístico nacional e internacional;
- Coordinar las actividades del Fondo de Promoción y Desarrollo Turístico;
- Fomentar la inversión en el sector turístico, a través de cualquier instrumento o sistema;
- Realizar investigaciones y estudios de la oferta y demanda turística y la producción de instrumentos de planificación y gestión en el sector turístico;
- 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;
- Prestar servicios públicos, a través de la infraestructura a su cargo, como participe o integrador en la actividad de ferias, eventos y convenciones;
- Prestar servicios públicos relacionados con la gestión de Quito como destino turístico en todos los ámbitos de la actividad turística; e,
- 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.

Estos objetivos se encuentran orientados no solo a impulsar su proyección internacional en mercados estratégicos. Con ello se busca promover un flujo constante de visitantes que contribuya al dinamismo económico y al desarrollo integral del turismo en el territorio.

En este marco, se reconoce la importancia de contar con servicios especializados de relaciones públicas y representación en el exterior, enfocados en los mercados americanos, con el objetivo de garantizar una presencia activa y permanente en escenarios internacionales de alto impacto.

Se ha evidenciado que la ausencia de representación directa en los mercados americanos genera limitaciones para la ejecución de campañas sostenidas y reduce las posibilidades de negociación con actores clave de la industria turística. Por esta razón, se plantea como prioridad estratégica la contratación de un proveedor internacional con experiencia comprobada que asegure la continuidad y efectividad de las acciones promocionales durante el período 2026–2027.

La estrategia de promoción del destino a nivel internacional contempla una serie de actividades destinadas a fortalecer la imagen de la ciudad en el exterior, tales como participación en ferias internacionales, organización de caravanas turísticas y roadshows en ciudades clave, activaciones culturales y gastronómicas, gestión de medios de comunicación internacionales, y coordinación de viajes de familiarización para prensa, influencers y representantes del sector turístico.

Estas acciones no pueden ejecutarse de manera aislada ni interrumpida, ya que perderían efectividad y pondrían en riesgo los avances obtenidos en la construcción de la marca ciudad. De ahí la importancia de asegurar un servicio de representación con continuidad de al menos dos años, que permita sostener relaciones con operadores, asociaciones, aerolíneas y medios internacionales.

Cabe señalar que esta contratación no es un hecho aislado, sino que forma parte de una política pública definida por la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito, la cual reconoce al turismo como un eje estratégico de desarrollo económico y social. En coherencia con esta visión, el Plan Operativo Anual de Quito Turismo, establece de manera expresa la necesidad de implementar un esquema de promoción internacional que dé prioridad a los mercados americanos, excluyendo al continente americano, donde las acciones se desarrollan bajo otros instrumentos y convenios. Con este enfoque, se busca potenciar mercados que históricamente han mostrado un interés creciente en el destino Quito, tales como Estados Unidos, Canadá y mercados regionales como Perú, Colombia, Argentina, Chile y Brasil.

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico mediante Resolución Administrativa N° EPMGDT-GG-ER-2024-099 del 29 de noviembre de 2024, expide la Reforma al Orgánico Funcional de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico- Quito Turismo, en la cual indica las Atribuciones y Responsabilidades de las Direcciones de Promoción del Destino y Turismo de Negocios y Atracción de Eventos:

Gestión de Promoción del Destino Turístico Misión:

Promocionar y posicionar el destino Quito a nivel local, nacional e internacional mediante la organización y participación en convenciones, ferias, eventos y/o activaciones de promoción dirigidos al turismo de ocio (aventura, deporte, cultura, ecoturismo, historia, entre otros), a través de acciones tradicionales y digitales.

Responsable: Director/a de Promoción del Destino Turístico Atribuciones y Responsabilidades:

- Proponer, analizar y evaluar estrategias, encaminadas a fortalecer el posicionamiento de Quito como un destino turístico;
- Establecer las estrategias de marketing, comunicación y relaciones públicas especializadas en turismo de ocio para el posicionamiento de la ciudad de Quito;
- Generar procesos asociativos con el sector público y privado para fomentar el desarrollo del turismo del Distrito Metropolitano de Quito;
- Proponer, analizar, evaluar y participar en ruedas de negocio, ferias, congresos, conferencias, foros, paneles, mesas redondas, seminarios, simposios en relación con la promoción de Quito como destino turístico;
- Articular el levantamiento y actualización de información sobre productos y servicios del Distrito Metropolitano de Quito (experiencias gastronómicas, museos, iglesias, actividades al aire libre, naturaleza, eventos, entre otros) con las áreas de los procesos agregadores de valor;
- Establecer el proceso de control del uso de la imagen promocional y su correcta aplicación en el ámbito turístico a nivel nacional e internacional;

Gestión de Turismo de negocios y atracción de eventos.

Misión: Desarrollar y promocionar el turismo de negocios y reuniones del Distrito Metropolitano de Quito como sede de eventos nacionales e internacionales, incluyendo eventos asociativos, corporativos, de incentivos, ferias, viajes de negocios; así como, eventos no corporativos, mediante alianzas con el sector público y privado y la aplicación de estrategias de marketing especializado.

Atribuciones y Responsabilidades:

- Proponer, ejecutar y evaluar estrategias, encaminadas a fortalecer el posicionamiento de Quito como un destino atractivo para el segmento de turismo de reuniones;
- Establecer las estrategias de marketing, comunicación y relaciones públicas especializadas en turismo de negocios y reuniones para el posicionamiento de la ciudad de Quito;
- Generar procesos asociativos con el sector público y privado para fomentar el desarrollo del turismo de negocios y reuniones del Distrito Metropolitano de Quito;
- Asesorar y apoyar en postulaciones y candidaturas del sector público y privado para ser sede de eventos internacionales;
- Diseñar, organizar y participar en ruedas de negocio, ferias, congresos, conferencias, foros, paneles, mesas redondas, seminarios, simposios en relación con el desarrollo del turismo de negocios y reuniones;
- Levantar y actualizar información sobre productos y servicios del Distrito Metropolitano de Quito para el segmento de negocios y eventos en los establecimientos pertinentes. Impulsar el intercambio de experiencias y hermanamiento con otros destinos turísticos que tengan similares intereses y potencialidades en el ámbito de turismo de negocios y reuniones;
- Ejercer las atribuciones que sean delegadas por la autoridad institucional mediante el acto administrativo correspondiente, en el ámbito de su competencia.
- Desarrollar un branding específico para turismo de negocios y reuniones de la ciudad; y,

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) 2026 y 2027 del Departamento de Promoción de Destino y Turismo de Negocios 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 América para los años 2026 y 2027.

Este Plan Operativo Anual (POA/PAC 2026 y 2027) 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.

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 Promoción del Destino y Turismo de negocios de Quito Turismo, requieren del servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito en los mercados de América para los años 2026 y 2027, 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.

En este marco, se reconoce la importancia de contar con servicios especializados de relaciones públicas y representación en el exterior, enfocados en los mercados del continente americano, con el objetivo de garantizar una presencia activa y permanente en escenarios internacionales de alto impacto.

Se ha evidenciado que la ausencia de representación directa en los mercados americanos genera limitaciones para la ejecución de campañas sostenidas y reduce las posibilidades de negociación con actores clave de la industria turística. Por esta razón, se plantea como prioridad estratégica la contratación de un proveedor internacional con experiencia comprobada que asegure la continuidad y efectividad de las acciones promocionales durante el periodo 2026–2027.

La estrategia de promoción del destino a nivel internacional contempla una serie de actividades destinadas a fortalecer la imagen de la ciudad en el exterior, tales como participación en ferias internacionales, organización de caravanas turísticas y roadshows en ciudades clave, activaciones culturales y gastronómicas, gestión de medios de comunicación internacionales, y coordinación de viajes de familiarización para prensa, influencers y representantes del sector turístico.

Estas acciones no pueden ejecutarse de manera aislada ni interrumpida, ya que perderían efectividad y pondrían en riesgo los avances obtenidos en la construcción de la marca ciudad. De ahí la importancia de asegurar un servicio de representación con continuidad de al menos dos años, que permita sostener relaciones con operadores, asociaciones, aerolíneas y medios internacionales.

Cabe señalar que esta contratación no es un hecho aislado, sino que forma parte de una política pública definida por la Alcaldía del Distrito Metropolitano de Quito, la cual reconoce al turismo como un eje estratégico de desarrollo económico y social. En coherencia con esta visión, el Plan Operativo Anual de Quito Turismo, establece de manera expresa la necesidad de implementar un esquema de promoción internacional que dé prioridad a los mercados americanos, donde las acciones se desarrollan bajo otros instrumentos y convenios. Con este enfoque, se busca potenciar mercados que históricamente han mostrado un interés creciente en el destino Quito, tales como Estados Unidos, Canadá, México, Perú, Colombia entre otros.

2.2 Objetivos de la Contratación

OBJETIVO GENERAL

- Promocionar y difundir el destino Quito y sus atractivos turísticos en los mercados internacionales de América, mediante acciones dirigidas a la industria turística, prensa especializada y consumidor final, incluyendo acciones de promoción y Relaciones Públicas que fortalezcan la presencia y posicionamiento del destino.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Posicionar a Quito como destino turístico enfocado en el segmento leisure (turismo de ocio) y MICE (industria de reuniones), con los actores turísticos claves de estos segmentos.
- Utilizar herramientas de marketing y comunicación que permitan posicionar el destino Quito de manera competitiva a nivel internacional en los mercados de América.

2.3 Justificación

Los procesos de gestión de Promoción del Destino Turístico (Marketing y Promoción) y el Turismo de Negocios y Atracción de Eventos buscan de forma fundamental posicionar y potenciar la visibilidad de la ciudad y su oferta; y fortalecer la competitividad de Quito como destino para negocios, eventos y reuniones; razón por la que es necesario implementar acciones promocionales que permitan dar cumplimiento a las estrategias de promoción y posicionamiento del destino en los segmentos leisure y bleisure, siendo necesario implementar acciones promocionales que respondan a las exigencias del mercado turístico actual.

La contratación del SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE AMÉRICA PARA LOS AÑOS 2026 Y 2027, 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

Según ONU¹ Turismo, el turismo internacional continúa consolidándose como uno de los sectores de mayor crecimiento e impacto económico a nivel mundial. En 2025, las Américas recibieron **218 millones de turistas internacionales**, lo que representa aproximadamente **el 14,3% del total mundial** (1.52 mil millones de llegadas), consolidándose como una de las regiones clave en la dinámica turística global. Aunque el crecimiento anual en la región fue moderado, la recuperación se mantiene estable y evidencia una oportunidad estratégica para fortalecer acciones de promoción en los principales mercados emisores del continente. Para Quito, que busca posicionarse como un destino cultural, patrimonial, natural y de negocios, reforzar su presencia en América resulta fundamental para incrementar su competitividad y consolidar su rol dentro del turismo regional e internacional.

De acuerdo con los registros oficiales del SITUR, Quito recibió en 2024 aproximadamente 297.825 visitantes no residentes por vía aérea hasta junio, con una disminución del 9,99% respecto a 2023. A su vez, el aeropuerto Mariscal Sucre registró entre enero y octubre de 2024 un total de 397.259 pasajeros internacionales, de los cuales una proporción relevante corresponde a visitantes provenientes de América, lo que refuerza la necesidad de intensificar acciones promocionales en esos mercados.

1 ONU Turismo. (2026). World Tourism Barometer, Vol. 24, Issue 1. <https://www.untourism.int/un-tourism-world-tourism-barometer-data>

En términos de infraestructura y capacidad instalada, la ciudad cuenta con 8.945 establecimientos turísticos activos, entre hoteles, restaurantes y agencias de viajes, lo que permite atender de manera adecuada la demanda internacional. Sin embargo, los índices de ocupación hotelera reflejan que todavía existe espacio para incrementar el flujo turístico internacional: la tasa fue del 48,46% en abril 2024 y llegó al 55,16% en octubre del mismo año, mientras que en enero de 2025 alcanzó un 43,92%, superior al mismo mes del año anterior. Estos datos confirman que, aunque la recuperación es positiva, aún se requiere estimular la llegada de visitantes mediante estrategias promocionales específicas y sostenidas en el tiempo.

Los mercados americanos continúan siendo prioritarios para la ciudad. Estados Unidos se mantiene como uno de los principales emisores de visitantes hacia Quito, mientras que Canadá registra un crecimiento sostenido en los últimos años. En Sudamérica, países como Colombia, Perú, Brasil, Chile y Argentina consolidan su participación dentro del flujo turístico regional, mostrando un comportamiento dinámico y estable. En Centroamérica y el Caribe, México y Panamá destacan como mercados con alto potencial de conectividad y desarrollo. Estos datos evidencian la necesidad de ejecutar estrategias focalizadas que permitan capitalizar la recuperación y consolidar a Quito como un destino de referencia en estos mercados.

La contratación del servicio de relaciones públicas y representación en el exterior permitirá optimizar recursos, aprovechar la experiencia de empresas especializadas y mejorar las negociaciones con actores clave de la industria turística internacional. Además, esta contratación resulta indispensable considerando que Quito Turismo no cuenta con personal residente en los mercados americanos, lo cual dificulta la gestión directa de relaciones comerciales, medios de comunicación y actores turísticos.

La viabilidad de esta contratación se sustenta en que los costos asociados a la contratación de una agencia especializada resultan significativamente menores que los que supondría establecer personal propio en cada mercado. Al mismo tiempo, la agencia contratada aportará experiencia, contactos y conocimiento local, lo que facilitará las negociaciones, optimizará los recursos y asegurará un mayor impacto en la ejecución de las estrategias. De esta manera, se cumple con los principios de eficiencia, eficacia y economía en la gestión pública, garantizando que los recursos invertidos se traduzcan en resultados concretos para la ciudad.

Finalmente, es importante destacar el papel del turismo de reuniones (MICE) como segmento altamente rentable. Según los estudios de Quito Turismo, este tipo de turismo genera entre cinco y siete veces más ingresos que el turismo de ocio, con un gasto promedio de USD 607 diarios por cada tres días de evento. Por esta razón, la estrategia de representación internacional también debe enfocarse en atraer eventos y convenciones hacia Quito, lo cual permitirá diversificar la oferta y fortalecer la economía local.

MERCADOS PRIORITARIOS PARA QUITO

El Plan Operativo Anual (POA) de la Dirección de Promoción propuesto para la ejecución de estrategias de desarrollo turístico para el año 2026, considera la promoción internacional en mercados de Norteamérica, Centro y Sudamérica.

De acuerdo con los datos recopilados por **Mabrian**, plataforma de provisión de datos en línea para la gestión de servicios de inteligencia turística, cuyo enfoque integra múltiples fuentes e indicadores del ciclo del viaje (demanda, conectividad aérea, comportamiento y percepción), el mercado Americano tiene una intención de viaje prioritaria para Quito en el 2026 sobre todo de países como Estados Unidos, México, Argentina, Chile, Colombia, Perú y Brasil.

Con los antecedentes mencionados y con la finalidad de fortalecer e incentivar el turismo en el DMQ 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 en **mercados de América** para los años **2026 y 2027**, 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. Esta aproximación es coherente con estrategias de promoción internacional que contemplan acciones B2B - B2C y el fortalecimiento de la presencia institucional en mercados emisores prioritarios del continente.

Las acciones de promoción que se incluyen en el servicio mencionado buscan incrementar el número de turistas procedentes de estos mercados de América, la atracción de eventos a la ciudad, así como la participación económica del turismo en las cifras macroeconómicas de la ciudad y el país. Este enfoque se alinea con una lógica de promoción exterior que combina campañas y gestión de relacionamiento con actores clave para dinamizar el flujo de visitantes hacia el destino.

Es importante mencionar que los mercados y estrategias promocionales propuestas por Quito Turismo coinciden con los enfoques de promoción internacional impulsados a nivel nacional para 2026, los cuales contemplan campañas dirigidas al consumidor final y la contratación de oficinas/servicios de relaciones públicas en **mercados prioritarios**, incluyendo **Estados Unidos, Canadá** y mercados regionales como **Perú, Colombia, Argentina, Chile y Brasil**, entre otros; además de acciones como participación en ferias y eventos internacionales.

De acuerdo a los datos recopilados por el Grupo Amadeus IT S.A los mercados prioritarios que tienen intención de viaje para Quito en el 2024 son Estados Unidos, Canadá, México, Colombia, Chile, Brasil, confirmando de esta manera que en América tenemos mercados prioritarios para Quito.

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 América para los años 2026 y 2027 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 Vice 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 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 2026 2027, 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 edición y traducción de documentos de promoción de destino que permitirá una gestión directa de la comunicación y difusión del Destino Quito en varios idiomas enfocado a los stake holders: 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 (América).

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 Promoción del Destino y Turismo de Negocios 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 estadia 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 \$607 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) 2026 / 2027 de la Dirección Turismo de Negocios, la ejecución de estrategias de promoción internacional de Quito como destino MICE en los mercados de América.

De acuerdo con la evidencia técnica levantada y procesada por **Quito Turismo** (con base en analítica de inteligencia turística), el **segmento MICE** en el Distrito Metropolitano de Quito se caracteriza por un **nivel de derrama superior al turismo de ocio**, registrando un **gasto promedio de USD 607 por participante por cada tres días de evento (≈ USD 202 por día)**, lo que confirma su mayor capacidad de generación de ingresos y su pertinencia como eje de atracción de demanda de alto valor para la ciudad (**Quito Turismo, 2025**)².

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:

- Regula la estacionalidad de la demanda turística;
- Mejora la ocupación en temporadas bajas; La prolongada duración de algunos eventos promueve una estadia mayor de los visitantes en el destino, con el consecuente incremento del gasto total.
- Contribuye a elevar el gasto promedio de los visitantes
- Crea empleos, generalmente, calificados;
- 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.
- Promueve la capacitación e intercambio profesional y de conocimientos;
- Se constituye como una herramienta de paz entre los países;

² Quito Turismo. (2025). Quito en cifras al mundo (Boletín; QuitoEnCifrasAlMundoB2.pdf).

https://turismo.quito.gob.ec/descargas/2025/CIFRAS_EN_EL_MUNDO/QuitoEnCifrasAlMundoB2.pdf [untourism.int]

- Moviliza localmente una gran cantidad de dinero como consecuencia del eslabonamiento productivo con otras actividades económicas;
- Se constituye como un factor de multiplicación de los esfuerzos promocionales;
- 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.
- 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.
- Promoción focalizada – la promoción del destino se centraliza hacia los comités organizadores de eventos.

El fortalecimiento de Quito como destino MICE (Meetings, Incentives, Congress or Exhibitions por sus siglas en inglés) – Turismo de reuniones, cuenta con los siguientes estrategias:

Las estrategias para plantear para promocionar a Quito como una ciudad seden 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.

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.

Es así como para este 2026 y 2027, 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 periodo 2026 y 2027. 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 periodo 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 Promoción del Destino y Turismo de Negocios han planificado para reforzar sus objetivos de promoción de destino Quito en el exterior.

En definitiva, esta acción responde a la necesidad de consolidar a Quito como destino internacional Leisure y MICE, superando barreras estructurales y aprovechando oportunidades de alto impacto para fortalecer su imagen como destino turístico y de negocios.

En consideración a lo indicado, se justifica el propiciar acciones que permitan promocionar a Quito como Destino Turístico, buscando posicionar su marca en a nivel internacional, garantizando la proyección de la marca ciudad, sentando que le permita a Quito competir con otros destinos en la región.

En virtud de los antecedentes expuestos, y considerando la misión institucional de Quito Turismo, la contratación del servicio es viable, al encontrarse, alineada con el objeto principal de Quito Turismo y con el Plan Estratégico de Quito Turismo al 2027, mismo establece como prioridad, el posicionamiento del destino en mercados clave mediante acciones de marketing experiencial y territorial.

2.4 Alcance de la Contratación

El servicio de relaciones públicas y representación para la promoción del destino Quito para los años 2026 y 2027, se ejecutará y realizará en mercados internacionales considerados prioritarios para la ciudad, en América, según las necesidades del destino y las oportunidades de promoción que surjan con relación a las nuevas tendencias del turismo.

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, monitoreo constante de las noticias que se publican acerca de Quito, que permite medir el impacto que las acciones planificadas generan 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 América, junto con presentaciones de destino y capacitaciones para la industria internacional.

En el caso de presentaciones de destino o capacitaciones el contratista deberá realizar la convocatoria respectiva a la industria, medios de comunicación y/o consumidor final según sea el caso, como verificable deberá adjuntar lista de invitados y fotografías de cada evento.

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 ONU Turismo, Latin American Travel Association (LATA), entre otras que aportarán significativamente con los objetivos institucionales de Quito Turismo.

El servicio, que es objeto de este proceso de contratación, ayudará a dar continuidad a la labor realizada en años anteriores 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.

El alcance de la presente contratación contempla la ejecución SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE AMÉRICA PARA LOS AÑOS 2026 Y 2027.

2.5 Metodología de Trabajo

La presente contratación observará la siguiente metodología:

Para la ejecución del contrato, el proveedor deberá contemplar las siguientes acciones de acuerdo con los servicios requeridos:

Para dar cumplimiento al servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para los mercados de América para los años 2026 y 2027, se establece la siguiente metodología para un trabajo ordenado:

Seguimiento de Acciones:

El administrador podrá coordinar con Gerencia General la designación de un profesional de apoyo para que por su conocimiento y perfil profesional intervengan y emitan informes que permitan garantizar una correcta administración y ejecución del contrato en el eje correspondiente. Todos los productos/servicios deberán contar con una aprobación del administrador del contrato previa a la ejecución.

Informes de Cumplimiento

- El contratista deberá entregar al profesional de apoyo un informe de productos y/o servicios ejecutados durante el mes o período de trabajo, dicho informe será revisado y aprobado mediante el informe técnico respectivo.
- El administrador emitirá un informe de cumplimiento de productos/ servicios en base de los informes del profesional de apoyo, el mismo que sustentará la solicitud de pago enviada a la Dirección Administrativa Financiera.
- Los reportes mensuales o por período deben llegar escritos enteramente en español en formato digital.
- El administrador de contrato será el encargado de emitir y suscribir el acta de entrega – recepción correspondiente y necesaria para solicitar el inicio de trámite de pago.

ACCIONES PROMOCIONALES DE PROMOCION 2026 – 2027

El producto “**Servicio integral de promoción y representación internacional del destino Quito**” podrá incluir los siguientes puntos, de acuerdo a los requerimientos del administrador del contrato:

Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo Se podrá gestionar inscripciones y/o registros si las necesidades institucionales lo requieren.

Verificable: El contratista presentará el correo, recibo, factura, carta y/o documento que avale la inscripción y/o registro solicitado por quito turismo.

Montaje y desmontaje y/o acciones promocionales: Es importante mencionar que este servicio podrá ser utilizado en la construcción y diseño de stands de acuerdo a las necesidades de Quito Turismo.

Verificable: El contratista presentará el presupuesto aprobado y detalles del montaje y desmontaje del stand.

Capacitaciones y/o Presentaciones de destino El contratista deberá gestionar a través de su conocimiento y experticia una agenda de trabajo de al menos 30 citas que incluyan trade turístico, actores de la industria y medios de prensa especializada, para lo cual adjuntará en el reporte la agenda mencionada.

En el caso de presentaciones de destino o capacitaciones el contratista deberá realizar la convocatoria respectiva a la industria, medios de comunicación y/o consumidor final según sea el caso, como verificable deberá adjuntar lista de invitados y/o fotografías de cada evento.

Verificable: El contratista presentará el Presupuesto aprobado de la capacitación y/o presentación del destino en conjunto con imágenes que respalden la realización de esta y la respectiva convocatoria al evento.

Eventos ATL y/o BTL y/o activaciones de promoción turística dirigidas al trade, prensa y/o consumidor final

- El contratista podrá realizar la convocatoria de trade, prensa y/o consumidor final para los eventos o activaciones. Esta convocatoria deberá contener actores de la industria y/o medios turísticos y/o consumidores por evento, su cumplimiento lo respaldará adjuntando fotografías de la actividad.

- El contratista deberá enviar una propuesta con el formato del evento ATL y/o BTL y/o activación de promoción turística o campañas digitales y/o tradicionales de acuerdo con el perfil de cada mercado, tomando en cuenta los lineamientos que plantee Quito Turismo.

Verificable: El contratista presentará el presupuesto y la propuesta aprobados de los eventos y/o activaciones en conjunto con imágenes que respalden la realización de la actividad y la respectiva convocatoria a los mismos.

Viajes al destino Quito y en representación del destino a nivel internacional

- La compra de pasajes aéreos desde y hacia el destino se respaldará únicamente con el ticket aéreo y el contratista se encargará de enviar el formulario de prensa o familiarización para que el invitado lo complete.

- Se comprarán al menos 6 tickets aéreos por año.

Verificable: El contratista presentará el pasaje aéreo donde consten las fechas y nombres de las personas que viajarán.

Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas

- Las membresías planificadas para el 2026 y 2027 en América son: USTOA (United States Tour Operators Association) y ATTA (Adventure Travel Trade Association) y/u otras.

Verificable: El contratista presentará el respaldo de renovación o afiliación a la entidad que Quito Turismo defina a través de un correo electrónico. Quito Turismo podrá añadir otras membresías si las necesidades institucionales lo requieren.

Roadshow o Caravana Turística

- El contratista deberá planificar dentro del Roadshow o Caravana Turística al menos 5 presentaciones de Quito como destino para la promoción del segmento leisure, de al menos 3 horas de duración en cada ciudad, dirigido al ecosistema de inversores, trade, aerolíneas y prensa para esto deberá respaldar su cumplimiento con la propuesta aprobada por correo electrónico por Quito Turismo.

- Cada evento contará con capacidad de al menos 30 miembros del trade, potenciales inversores y actores de conectividad. Ciudades sugeridas: Washington, New York, Boston, San Francisco, Chicago, Seattle, Los Ángeles, Toronto, Vancouver, Sao Paulo, Santiago de Chile, Bogotá, Montevideo (sujetas a cambio en trabajo con el contratista y aprobación final del administrador de contrato).

Formato de cada evento:

- Definir 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 40 asistentes, respaldar con fotografías del espacio elegido.

- Un speaker que realice la presentación de Destino al menos en los 5 eventos, que maneje el idioma inglés, portugués u otros y tenga conocimiento del destino Quito.

- 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.

- 1 experiencia gastronómica acorde a la hora del evento para los asistentes, al menos 50 por cada evento, (Incluir todos los elementos necesarios para ejecutar el servicio).

- Generación y organización de agenda de citas para los 5 eventos de Quito Turismo, que incluya:

- 1) Medios de prensa para entrevistas con la autoridad de Quito Turismo.

- 2) Inversionistas / conectividad.

- 3) Trade Turístico americano para que mantengan citas de negocios con Tour Operadores ecuatorianos asistentes como expositores, mediante Workshop.

Verificable: El contratista presentará todos los puntos definidos en el formato del evento con respaldos fotográficos en el informe de cumplimiento presentado a Quito Turismo.

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 América.

Las características del Roadshow, será previamente aprobado entre Quito Turismo y el contratista, tomando en cuenta que podrán realizarse modificaciones de estas de acuerdo con los intereses institucionales.

El contratista para presentaciones y/o capacitaciones y/o roadshows 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 americano.

Servicio de creación, edición, traducción y distribución de documentos para la promoción de destino en los mercados de América.

- El contratista se encargará de la creación, edición, traducción y/o distribución de los documentos y/o contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales y/u otros) a cada uno de los mercados prioritarios de América, los mismos que estarán enfocados en los idiomas (inglés, español, portugués y de acuerdo a los intereses y perfiles de cada país; el contratista deberá enviar como respaldo de cumplimiento, las respectivas traducciones.

- Hasta un máximo de 50,000 palabras para todos los idiomas

Verificable: El contratista presentará los documentos y/o contenido noticioso que se entregó a cada uno de los mercados objetivos, además presentará la distribución que se le ha dado a dicho documento y el alcance que ha tenido.

Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito

- El contratista deberá enviar un informe mensual que contenga las 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 América.

- El administrador del contrato podrá solicitar adicionalmente, el monitoreo de temas específicos de interés para el destino.

Verificable: El contratista presentará informes de clipping los cuales deberán poseer enlaces, scans de cada artículo, media value de publicaciones impresas, digitales y alcance en cada mercado.

Servicios de Pauta en medios ATL, OOH y digitales en mercados de América

- Presentar un plan de medios con análisis de consumo y distribución del presupuesto; por ejemplo, el plan debe contener “un análisis de consumo de medios”.

- Ejecutar el cronograma y entregar productos en los plazos aprobados; y atender ajustes solicitados durante la administración del contrato.

- Emitir órdenes de pauta de acuerdo con el plan aprobado, con la información mínima requerida por tipo de medio (periodo, versiones, secundaje/horarios, valores, recepción).

- Entregar informes de servicios desarrollados y soportar actas/entrega-recepción e informes de cumplimiento para efectos de pago.

Verificables: El proveedor deberá entregar reportes mensuales y un informe final que detallen alcances, resultados y ROI de la pauta por canal, con evidencias verificables, como requisito para la recepción y pago.

ACCIONES PROMOCIONALES TURISMO DE NEGOCIOS Y ATRACCIÓN DE EVENTOS (MICE) 2026 – 2027

Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE.

Quito Turismo ha definido las ferias en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales, enfocadas especialmente en el segmento MICE.

El contratista, de ser el caso, deberá cubrir los valores de los registros de participación en eventos de AMÉRICA: FIEEXPO, IBTM México, UFI, Motivation Luxury Summit, IMEX, Evento bodas USA, y/u otras,

Verificables: El contratista presentará un correo simple de confirmación del registro con el organizador del evento o el Vice Ministerio de Turismo del Ecuador de ser el caso.

Organización de una presentación de destino en América, el evento deberá contar con al menos 30 invitados de la industria MICE y prensa internacional.

Considerar 1 activación promocional en cada ciudad (gastronómica y/o cultural).

Al menos 5 entrevistas con medios especializados.

Es importante mencionar que se podrán modificar/ incluir nuevas opciones si los intereses institucionales lo requieren, en las mismas se puede requerir el acompañamiento de la agencia. El contratista deberá cubrir los valores del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ para la participación en alguno de los eventos planificados. El contratista deberá coordinar con el organizador del evento y la empresa de montaje y desmontaje, deberá seguir el reglamento ferial para una buena participación. Este producto podrá ser devengado en una o varias acciones hasta agotar el presupuesto total de este servicio.

Verificable: El contratista presentará el Presupuesto aprobado de la capacitación y/o presentación del destino en conjunto con imágenes que respalden la realización de esta y la respectiva convocatoria al evento.

Pago de membresías y/o afiliaciones a asociaciones, gremios y otros organismos especializados en actividades turísticas.

Soporte y asistencia para la participación en eventos de promoción turística especializada en MICE.

Quito Turismo ha definido las ferias en las cuales considera importante participar para los mercados internacionales, enfocadas especialmente en el segmento MICE.

El contratista, de ser el caso, deberá cubrir los valores de los registros de participación en los eventos de AMÉRICA: FIEEXPO, IBTM México, UFI, Motivation Luxury Summit, IMEX, Evento bodas USA, y/u otras, para lo cual se presentará un correo simple de confirmación del registro con el organizador del evento o el Vice Ministerio de Turismo del Ecuador de ser el caso

Verificables: El contratista presentará un correo simple de confirmación del registro con el organizador del evento o el Vice Ministerio de Turismo del Ecuador de ser el caso.

Cooperados con aerolíneas internacionales para la promoción de Quito.

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, el documento entregable será la propuesta aprobada por Quito Turismo.

Es importante mencionar que este producto puede ser devengado en uno o más cooperados.

Verificable: El contratista presentará un documento y/o presentación en el que se describa el cooperado a realizar.

Cooperados con la industria turística para el fortalecimiento y la promoción de Quito como destino MICE

Para la presentación de propuestas de campañas cooperadas el contratista deberá tomar en cuenta medios especializados de turismo de reuniones. Es necesario como entregable la propuesta aprobada por Quito Turismo. Es importante mencionar que este producto puede ser devengado en uno o más cooperados.

- El contratista contará con el respaldo técnico de Quito Turismo especializado en el eje: Promoción y MICE, con quienes se coordinará las actividades y procedimientos necesarios para la ejecución de los productos y/o servicios requeridos.
- * Todos los productos/servicios de esta contratación podrán ser devengados en una o varias acciones hasta agotar el presupuesto total previsto en cada uno.

Verificable: El contratista presentará un documento y/o presentación en el que se describa el cooperado a realizar.

Fee de Agencia

El contratista contará con el respaldo técnico de Quito Turismo especializado en el eje: Promoción y Turismo de Negocios y Atracción de Eventos, con quienes se coordinará las actividades y procedimientos necesarios para la ejecución de los productos y/o servicios requeridos.

***Todos los productos/servicios de esta contratación podrán ser devengados en una o varias acciones hasta agotar el presupuesto total previsto en cada uno.**

***Es importante mencionar que todos los productos/servicios deberán contar con una aprobación previa a la ejecución del administrador del contrato**

2.6 Plazo de ejecución

- A partir de la fecha de suscripción del contrato	x
- A partir del día siguiente de la notificación por escrito por parte del administrador del contrato respecto de la disponibilidad del anticipo, en la cuenta bancaria proporcionada por el contratista.	
- Descripción de otra condición de acuerdo a la naturaleza del contrato: (Detallar.....) <i>Nota: El plazo de ejecución contractual corre a partir del día cierto y determinado en el proyecto de contrato; o de establecerse el cumplimiento de una condición, como por ejemplo la entrega de información por parte de la entidad contratante.</i>	

Las actividades planteadas se desarrollarán a partir de la firma del contrato, hasta el 31 de Diciembre de 2027

2.7 Vigencia de la oferta

Vigencia de la Oferta: 90 días calendario

Nota: Esta vigencia corresponde al tiempo útil de la oferta presentada por el oferente desde su presentación hasta la suscripción del contrato.

2.8 Forma de pago

Anticipo: NO aplica. El presente procedimiento de contratación no contempla el pago de anticipo alguno.

Forma de Pago: El valor del contrato será cancelado de la siguiente manera:

No.	Tipo	Descripción
1	Pago Mensual o por Períodos	El pago se realizará contra entrega de los servicios.

El pago se realizará contra entrega de los servicios, una vez sean presentados y aprobados los informes respectivos, sobre el servicio recibido por el proveedor.

2.9 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 periodos, 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 y Obligaciones del Contratista.

3. REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 Productos Esperados

Los productos / servicios esperados son los siguientes:

AÑO 2026

EJE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO:

Código CPC (Nivel 9)	Bien o Servicio	Descripción	Canti dad
838120316	Servicio integral de promoción y representación internacional del destino Quito.	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (ANATO, ADVENTURE ELEVATE, ROUTES AMERICAS, WTM LATINAMERICA, ADVENTURE TRAVEL, WTE MIAMI, USTOA y/u otras)	1
		Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ.	1
		Realizar capacitaciones y/o presentaciones de destino en los mercados prioritarios de América con la presencia de tour operadores, mayoristas, agentes relevantes en la venta de Latinoamérica y organizar esta formación acerca del destino. La misma deberá incluir activación gastronómica (degustación o desayuno o almuerzo o cena)	1
		Realizar eventos ATL y/o BTL y/o activaciones de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y/o prensa y/o consumidor final para promocionar el destino Quito y su oferta turística.	1
		Campañas o cooperados promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores, OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en los mercados internacionales.	1
		Viajes de Prensa desde y hacia el destino para la promoción de Quito como parte de su posicionamiento internacional: Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes, seguimiento durante su viaje de ida y regreso al destino/ solución de cambios o retrasos de aerolínea. O a su vez la gestión de gratuidad con aerolíneas.	1
		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.	1
		Roadshow o Caravanas Turísticas: Organización de un Roadshow o Caravana Turística en mínimo 5 ciudades de América con al menos 25 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
838120316	Servicio de gestión de contenidos para mercados internacionales	Creación, edición, traducción y/o distribución a uno o varios idiomas de documentos de importancia para el sector turístico que permitan la promoción de destino. * Los idiomas podrán ser inglés, francés, español, portugués y/u otros de acuerdo a las necesidades de Quito Turismo.	1
838120316	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de	Mediciones de media value y alcance en medios y/o	1

		prensa, reportajes especiales) del destino Quito	Reportes de clipping y apariciones en medios internacionales y/o Análisis de retorno de inversión para cada acción promocional. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales Estados Unidos, Canadá y mercados regionales como Perú, Colombia, Argentina, Chile y Brasil.		
	838120316	Servicios de Pauta en medios ATL, OOH y digitales en mercados de America	Prensa digital y escrita: • Publicidad en al menos 15 medios digitales de periódicos y/o revistas especializadas en turismo y/o noticias, además de portales web especializados en noticias y/o turismo.	1	
			Brandeo: • Publicidad ATL Y BLT a nivel America (mercados priorizados por Quito Turismo) que incluya al menos 15 brandeos en vallas y/o buses y/o insertos y/o muppies y/o paletas, entre otros; en puntos estratégicos como: avenidas principales y/o centros comerciales y/o metro y/o aeropuertos y/o zonas de alto tránsito vehicular y peatonal.	1	
			Influencers: • Se ejecutará al menos 2 campaña con influencers, contratando al menos 1 macro influencer y/o al menos 2 micro influencers en mercados clave a nivel internacional. • Cada uno generará al menos 5 publicaciones, maximizando el alcance y engagement. El contenido estará en Instagram y/o TikTok y/o YouTube, impactando a consumidores digitales y viajeros. • Los contenidos deberán de ir en colaboración con las cuentas promocionales del destino.	1	

AÑO 2026

EJE TURISMO DE NEGOCIOS Y ATRACCIÓN DE EVENTOS:

Código CPC (Nivel 9)	Bien o Servicio	Descripción	Cantidad
838120316	Servicio integral de posicionamiento y representación internacional especializada MICE del destino Quito.	Pago y gestión de Membresías MICE internacionales: El contratista gestionará y ejecutará el pago/renovación de membresías institucionales de Quito Turismo en organismos internacionales especializados del segmento MICE, preferentemente con sede en América (COCAL, PCMA, y u otras asociaciones estratégicas de la industria); con el fin de acceder a inteligencia de mercado, redes de decisión, formación y plataformas de relacionamiento para captación de eventos, mismas que deberán ser gestionadas por el contratista.	1
		Pago de Inscripciones, participación y acompañamiento en Ferias y /o Eventos Especializados MICE (Enfoque América): El contratista realizará el pago de inscripciones y/o registros de Quito	1

			Turismo en ferias y eventos MICE especializados, (como IMEX, FIEXPO, CONGRESO COCAL, PCMA y u otros encuentros estratégicos equivalentes), orientados al posicionamiento internacional del destino y la captación de eventos. Incluyendo el debido acompañamiento del contratista, la ejecución y coordinación del montaje y desmontaje de stands (de ser el caso) y/o actividades promocionales in situ.		
			Realizar presentaciones de destino en mercados prioritarios de América, dirigidas a actores especializados del sector MICE — buyers corporativos, agencias de eventos, DMCs, organizadores de reuniones entre otros, incorporando una activación gastronómica (degustación, desayuno, almuerzo o cena). Asimismo, que incorpore una rueda de negocios y o espacio de networking con buyers especializados en el segmento MICE para presentar la oferta del destino y generar oportunidades comerciales.	1	
			Viajes al destino Quito: para prensa, creadores de contenido, actores del sector MICE, personalidades y otros representantes de la Industria de Reuniones. Esto incluye la emisión y pago de pasajes aéreos, el seguimiento operativo del itinerario (incluyendo manejo de cambios o retrasos), y, cuando aplique, la gestión de gratuidades o beneficios preferenciales con aerolíneas.	1	
			Realizar activaciones ATL y/o BTL y/o activaciones de promoción especializada MICE en los mercados Internacionales para promocionar el destino Quito y su oferta especializada MICE.	1	
			El contratista establecerá enlaces para ejecutar campañas cooperadas internacionales (digitales, tradicionales o ambos) con aerolíneas, medios especializados y, u otros); que tengan relevancia en los mercados de América	1	

AÑO 2027

EJE PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO:

Código CPC (Nivel 9)	Bien o Servicio	Descripción	Cant odad
838120316	Servicio integral de promoción y representación internacional del destino Quito.	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (ANATO, ADVENTURE ELEVATE, ROUTES AMERICAS, WTM LATINAMERICA, ADVENTURE TRAVEL, WTE MIAMI, USTOA y/u otras)	1
		Coordinación del Montaje y desmontaje de stands y/o actividades promocionales in situ.	1
		Realizar capacitaciones y/ o presentaciones de destino en los mercados prioritarios de America con la presencia de tour operadores, mayoristas, agentes relevantes en la venta de Latinoamérica y organizar esta formación acerca del destino. La misma deberá incluir	

		activación gastronómica (degustación o desayuno o almuerzo o cena) Realizar eventos ATL y/o BTL y/o activaciones de promoción turística en los mercados Internacionales con convocatoria a operadores turísticos, mayoristas, agentes de viaje y/o prensa y/o consumidor final para promocionar el destino Quito y su oferta turística. Campañas o cooperados promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Trade (Tour Operadores, OTAs, Aerolíneas, medios especializados y otros); que tengan relevancia en los mercados internacionales. Viajes de Prensa desde y hacia el destino para la promoción de Quito como parte de su posicionamiento internacional: Se debe contemplar el pago de los pasajes aéreos de los visitantes, seguimiento durante su viaje de ida y regreso al destino/ solución de cambios o retrasos de aerolínea. O a su vez la gestión de gratuidad con aerolíneas. 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. Roadshow o Caravanas Turísticas: Organización de un Roadshow o Caravana Turística en mínimo 5 ciudades de América con al menos 25 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 1 1 1	
838120316	Servicio de gestión de contenidos para mercados internacionales	Creación, edición, traducción y/o distribución a uno o varios idiomas de documentos de importancia para el sector turístico que permitan la promoción de destino. * Los idiomas podrán ser Los idiomas podrán ser inglés, francés, español, portugués y/ u otros de acuerdo a las necesidades de Quito Turismo.	1	
838120316	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	Mediciones de media value y alcance en medios y/o Reportes de clipping y apariciones en medios internacionales y/o Análisis de retorno de inversión para cada acción promocional. De cada uno de los países que conforman los mercados internacionales Estados Unidos, Canadá y mercados regionales como Perú, Colombia, Argentina, Chile y Brasil.	1	
838120316	Servicios de Pauta en medios ATL, OOH y digitales en mercados de América	Prensa digital y escrita: - Publicidad en al menos 15 medios digitales de periódicos y/o revistas especializadas en turismo y/o noticias, además de portales web especializados en noticias y/o turismo. Brandeo: - Publicidad ATL Y BLT a América (mercados priorizados por Quito Turismo) que incluya al menos 15 brandeos en vallas y/o buses y/o insertos y/o muppies y/o paletas, entre otros; en puntos estratégicos como: avenidas principales y/o centros comerciales	1 1	

		y/o metro y/o aeropuertos y/o zonas de alto tránsito vehicular y peatonal.	
		Influencers: - Se ejecutará al menos 2 campaña con influencers, contratando al menos 1 macro influencer y/o al menos 2 micro influencers en mercados clave a nivel internacional. - Cada uno generará al menos 5 publicaciones, - maximizando el alcance y engagement. El contenido estará en Instagram y/o TikTok y/o YouTube, impactando a consumidores digitales y viajeros. - Los contenidos deberán de ir en colaboración con las cuentas promocionales del destino.	1

AÑO 2027

EJE TURISMO DE NEGOCIOS Y ATRACCIÓN DE EVENTOS:

Código CPC (Nivel 9)	Bien o Servicio	Descripción	Cantidad
838120316	Servicio integral de posicionamiento y representación internacional especializada MICE del destino Quito.	Pago y gestión de Membresías MICE internacionales: El contratista gestionará y ejecutará el pago/renovación de membresías institucionales de Quito Turismo en organismos internacionales especializados del segmento MICE, preferentemente con sede en América (COCAL, PCMA, y u otras asociaciones estratégicas de la industria); con el fin de acceder a inteligencia de mercado, redes de decisión, formación y plataformas de relacionamiento para captación de eventos, mismas que deberán ser gestionadas por el contratista.	1
		Pago de Inscripciones, participación y acompañamiento en Ferias y /o Eventos Especializados MICE (Enfoque América): El contratista realizará el pago de inscripciones y/o registros de Quito Turismo en ferias y eventos MICE especializados, (como IMEX, FIEXPO, CONGRESO COCAL, PCMA y u otros encuentros estratégicos equivalentes), orientados al posicionamiento internacional del destino y la captación de eventos. Incluyendo el debido acompañamiento del contratista, la ejecución y coordinación del montaje y desmontaje de stands (de ser el caso) y/o actividades promocionales in situ.	1
		Realizar presentaciones de destino en mercados prioritarios de América, dirigidas a actores especializados del sector MICE — buyers corporativos, agencias de eventos, DMCs, organizadores de reuniones entre otros, incorporando una activación gastronómica (degustación, desayuno, almuerzo o cena). Asimismo, que incorpore una rueda de negocios y o espacio de networking con buyers especializados en el segmento MICE para presentar la oferta del destino y generar oportunidades comerciales.	1

		Viajes al destino Quito: para prensa, creadores de contenido, actores del sector MICE, personalidades y otros representantes de la Industria de Reuniones. Esto incluye la emisión y pago de pasajes aéreos, el seguimiento operativo del itinerario (incluyendo manejo de cambios o retrasos), y, cuando aplique, la gestión de gratuidades o beneficios preferenciales con aerolíneas.	1
		Realizar activaciones ATL y/o BTL y/o activaciones de promoción especializada MICE en los mercados Internacionales para promocionar el destino Quito y su oferta especializada MICE.	1
		El contratista establecerá enlaces para ejecutar campañas cooperadas internacionales (digitales, tradicionales o ambos) con aerolíneas, medios especializados y, u otros); que tengan relevancia en los mercados de América	1

FEE PROMOCIÓN Y TURISMO DE NEGOCIOS AÑOS 2026 Y 2027

PRODUCTOS/ SERVICIOS TÉRMINOS DE REFERENCIA			
FEE AGENCIA 2026 Y 2027 AMERICA (POR 22 MESES)			
Nº	PRODUCTO/SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD REQUERIDA
1	Fee de Agencia 2026 Y 2027 (AMERICA)	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. Programa de representación y relaciones públicas con la industria turística 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. Organización de agenda de citas de trabajo para eventos, misiones comerciales, capacitaciones o presentaciones de destino y/o ferias de turismo Leisure y seguimiento a los contactos establecidos en el mercado internacional. Apoyo en la logística y acompañamiento durante la ejecución del evento, misiones comerciales, capacitaciones o presentaciones de destino y/o ferias de promoción turística Leisure y MICE 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, planes de manejo de crisis de ser el caso, entre otros. 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 esta acción. Producción de agenda de medios y relaciones públicas en America de acuerdo con las necesidades de Quito Turismo. Cobertura de medios de las agendas de participación de Quito Turismo durante eventos, ferias, misiones comerciales, capacitaciones o presentaciones de promoción turística del destino Quito. Gestión y coordinación del plan de medios y de pauta promocional para la promoción turística del destino Quito.	1

Es importante mencionar que el fee deberá ser presentado de manera mensual hasta la finalización del contrato.

3.2 Equipo Mínimo

No aplica

3.3 Personal Técnico Mínimo

Cantidad	Función	Perfil	Documentos de Soporte
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE PROMOCIÓN	Título mínimo de tercer nivel en marketing, relaciones públicas turismo, comunicación, y/o relaciones internacionales.	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia y estudios.
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE MICE	Título mínimo de tercer nivel en marketing, relaciones públicas turismo, comunicación, y/o relaciones internacionales.	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia en industria MICE y estudios.
1	Ejecutivo de Comunicación	Título mínimo tercer nivel en marketing, comunicación, relaciones públicas, y/o periodismo.	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia y estudios.
1	Planner Digital	Título mínimo tercer nivel en marketing, comunicación, diseño y/o periodismo.	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia y estudios.
1	Ejecutivo de Medios Tradicionales	Título mínimo tercer nivel en marketing, comunicación, diseño y/o periodismo.	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia y estudios.

3.4 Experiencia del personal técnico mínimo

Cantidad	Función	Perfil	Documentos de Soporte
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE PROMOCIÓN	Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años Fluidez en los idiomas español e inglés 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, estos certificados deberán ser emitidos por el destino al que representó. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es lengua materna. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma inglés o a su vez indicar que es lengua materna.
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE MICE	Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años Fluidez en los idiomas español e inglés 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 en la industria MICE, estos certificados deberán ser emitidos por el destino al que representó. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es lengua materna. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma inglés o a su vez indicar que es lengua materna.

1	Ejecutivo de Comunicación	Al menos 3 años de experiencia en comunicación, relaciones públicas y/afines. Experiencia en elaboración de boletines, newsletters, notas de prensa. Fluidez en el idioma inglés y portugués, y español de los mercados priorizados en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).	1 certificado que avale la experiencia de mínimo 3 años como comunicador y/o relacionista público, 1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, español, portugués)
1	Planner Digital	4 años mínimo de experiencia en el manejo de pauta en campañas digitales internacionales, o mínimo 4 proyectos en los que haya participado en campañas digitales publicitarias.	Certificados de trabajo que acrediten experiencia solicitada
1	Ejecutivo de Medios Tradicionales	4 años mínimo de experiencia en el manejo de pauta en campañas tradicionales internacionales, o mínimo 4 proyectos en los que haya participado en campañas tradicionales publicitarias.	Certificados de trabajo de empresas internacionales que acrediten experiencia solicitada

3.5 Experiencia General

Descripción	Tiempo	Número de proyectos	Monto por proyecto
Experiencia en procesos relacionados al servicio de relaciones públicas y/o representación.	En los últimos 15 años	Al menos 1 certificado, o copia de acta entrega - recepción o documento que acredite la experiencia solicitada debidamente suscrito, que incluya información sobre el monto total y las actividades realizadas.	Se debe sustentar con al menos uno o varios proyectos que alcancen como mínimo el 50% 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 entregados como aval de esta experiencia.

3.6 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 de Latinoamérica (Leisure) y en al menos 2 destinos de Latinoamérica en el segmento MICE. *Se solicita de Latinoamérica ya que se verificará la experiencia con países similares al Ecuador.	En los últimos 5 años	Al menos 1 certificado por cada destino representado, o copia de acta entrega - recepción o documento que acredite la experiencia solicitada debidamente suscrito, que incluya información sobre el monto total, datos de contacto (número telefónico, correo electrónico) del encargado del proceso del destino y las actividades realizadas.	Se debe sustentar con al menos uno o varios proyectos que alcancen como mínimo el 50% 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.

La **ENTIDAD** se reserva el derecho de validar los datos consignados en cualquier tiempo.

3.7 Otros Parámetros Resueltos por la Entidad Contratante n/a

NO.	PARÁMETRO	DETALLE
1	Formulario Municipal	Presentación de Formulario Municipal para la aplicación de la resolución N. A-044 de 6 de junio de 2020.

***certificación**

4. ÍNDICES FINANCIEROS

Los índices financieros constituirán información de referencia respecto de los participantes en el procedimiento y en tal medida, su análisis se registrará conforme el detalle a continuación:

ÍNDICE	INDICADOR SOLICITADO	OBSERVACIONES
Solvencia	$\text{Solvencia} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	Mayor o igual 1,0.
Endeudamiento	$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$	Menor 1,5.

Los factores para su cálculo estarán respaldados en la correspondiente declaración del impuesto a la renta del ejercicio fiscal correspondiente y/o los balances presentados al órgano de control respectivo.

Nota 1: El incumplimiento de los valores de los índices financieros establecidos por la entidad contratante no será causal de rechazo de la oferta, por no ser estos requisitos mínimos de obligatorio cumplimiento.

5. EVALUACIÓN

La evaluación se realizará en dos etapas:

- Cumplimiento de requisitos mínimos
- Evaluación por puntaje

5.1 Evaluación de cumplimiento de requisitos mínimos:

PARÁMETRO	CUMPLE	NO CUMPLE	MEDIOS DE COMPROBACIÓN	OBSERVACIONES
INTEGRIDAD DE LA OFERTA Y REQUISITOS MÍNIMOS DEL OFERENTE			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 1 certificado o copia de acta entrega – recepción o documento que acredite la experiencia solicitada debidamente suscrito 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 documento que acredite la experiencia solicitada debidamente suscrito en procesos relacionados al servicio de relaciones públicas y representación en al menos 3 destinos turísticos en Latinoamérica en los segmentos Leisure y 2 en el segmento MICE (1 certificado por cada destino representado).	

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS			Formulario de especificaciones técnicas.	
OFERTA ECONÓMICA			Formulario de oferta económica.	
OTROS PARÁMETROS			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 oficina o filial y/o representante en todos los mercados priorizados entre los cuales se encuentran: Estados Unidos, Canadá y mercados regionales como Perú, Colombia, Argentina, Chile y Brasil, 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. Documentos que validen la existencia de la oficina y/o filial respectiva (documento legal que avale la existencia de la empresa y sus respectivas sucursales o filiales).
Constitución legal de la empresa en uno de los siguientes países: Estados Unidos, Canadá y mercados regionales como Perú, Colombia, Argentina, Chile y Brasil.	- Constitución de la empresa
Logros, certificaciones y/o reconocimientos	- Logros, certificaciones y/o reconocimientos obtenidos con destinos con los que haya trabajado

Personal Técnico:

CANTIDAD	FUNCIÓN	DOCUMENTOS HABILITANTES
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE DE PROMOCION	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia y estudios.
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE MICE	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia en industria MICE y estudios.
1	Ejecutivo de Comunicación	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia y estudios.
1	Planner Digital	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia y estudios.
1	Ejecutivo de Medios Tradicionales	- Copia del título mínimo de tercer nivel - Hoja de Vida - Certificados que avalen la experiencia y estudios.

Experiencia personal técnico:

Cantidad	Función	Perfil	Documentos de Soporte
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE PROMOCION	Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años Fluidez en los idiomas español e inglés 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, estos certificados deberán ser emitidos por el destino al que representó. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es legua materna. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma inglés o a su vez indicar que es legua materna.
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE MICE	Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años Fluidez en los idiomas español e inglés 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 en la industria MICE, estos certificados deberán ser emitidos por el destino al que representó. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es legua materna. 1 certificado que avale su fluidez en el idioma inglés o a su vez indicar que es legua materna.
1	Ejecutivo de Comunicación	Al menos 3 años de experiencia en comunicación, relaciones públicas y/afines. Experiencia en elaboración de boletines, newsletters, notas de prensa. Fluidez en el idioma inglés, portugués y español, en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).	1 certificado que avale la experiencia de mínimo 3 años como comunicador y/o relacionista público, 1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, español, portugués)
1	Planner Digital	4 años mínimo de experiencia en el manejo de pauta en campañas digitales internacionales, o mínimo 4 proyectos en los que haya participado en campañas digitales publicitarias.	Certificados de trabajo que acrediten experiencia solicitada
1	Ejecutivo de Medios Tradicionales	4 años mínimo de experiencia en el manejo de pauta en campañas tradicionales internacionales, o mínimo 4 proyectos en los que haya participado en campañas tradicionales publicitarias.	Certificados de trabajo de empresas internacionales que acrediten experiencia solicitada

Experiencia General

REQUERIMIENTO	CANT	EXPERIENCIA MÍNIMA	MONTO MÍNIMO
EXPERIENCIA GENERAL DEL OFERENTE	1	La empresa deberá presentar al menos 1 certificado o copia de acta entrega – recepción o documento que acredite la experiencia solicitada debidamente suscrito en la representación y relaciones públicas en los últimos 15 años.	50% del presupuesto referencial

Experiencia Específica

REQUERIMIENTO	CANT	EXPERIENCIA MÍNIMA	MONTO MÍNIMO
EXPERIENCIA ESPECÍFICA DEL OFERENTE	1	La empresa deberá presentar al menos 1 certificado o copia de acta entrega – recepción o documento que acredite la experiencia solicitada debidamente suscrito relacionados al servicio de relaciones públicas y representación en al menos 3 destinos turísticos de Latinoamérica (Leisure) y en al menos 2 destinos de Latinoamérica en el segmento MICE. (1 certificado por cada destino representado).	50% del presupuesto referencial

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 Promoción y Turismo de Negocios.

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.

Otros Parámetros:

Los oferentes deberán presentar el formulario municipal de transparencia debidamente suscrito.

5.2. METODOLOGÍA DE CALIFICACIÓN POR PUNTAJE:

Los oferentes que cumplan con los requisitos mínimos pasaran a la calificación por puntaje:

Metodología de calificación por puntaje

Parámetros para evaluar por puntaje:

PARÁMETRO	METODOLOGÍA	VALORACIÓN
Experiencia General Adicional requerida	No se otorgará puntaje a la experiencia general mínima requerida por ser de cumplimiento obligatorio. Para que la experiencia general adicional presentada sea susceptible de calificación por puntaje, esta deberá ser mayor a la establecida como requisito mínimo.	30 puntos
	El valor total de la experiencia general solicitada adicional al requisito mínimo que será puntuada no podrá superar el valor del presupuesto referencial del procedimiento de contratación multiplicado por un factor de 1.75	
	Se otorgará el máximo puntaje a la o las ofertas que presenten como experiencia general adicional el monto más alto y, a las demás ofertas se asignará un puntaje directamente proporcional	
Experiencia Especifica Adicional	No se otorgará puntaje a la experiencia específica mínima requerida, por ser de cumplimiento obligatorio. Para que la experiencia específica adicional presentada sea susceptible de calificación por puntaje, esta deberá ser mayor a la establecida como requisito mínimo.	30 puntos
	El valor total de la experiencia específica solicitada adicional al requisito mínimo que será puntuada, no podrá superar el valor del presupuesto referencial del procedimiento de contratación multiplicado por un factor de 1.25	
	Se otorgará el máximo puntaje a la o las ofertas que presenten como experiencia específica adicional el monto más alto y, a las demás ofertas se asignará un puntaje directamente proporcional.	

Experiencia en años en el manejo de destinos Leisure y MICE	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, a las demás ofertas se asignará un puntaje directamente proporcional. 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 ofertas se asignará un puntaje directamente proporcional.	20 puntos
Cumplimiento de la Oferta económica	La Oferta Económica se evaluará aplicando un criterio inversamente proporcional; a menor precio, mayor puntaje.	15 puntos
Logros, certificaciones y/o reconocimientos	Logros, certificaciones y/o reconocimientos obtenidos con destinos con los que haya trabajado.	5 puntos

6. MULTAS Y SANCIONES

Multas por retrasos Injustificados respecto del cumplimiento del objeto contractual:

Las multas se impondrán por el retardo en la ejecución de las obligaciones contractuales conforme al plazo establecido, las que se impondrán por cada día de retardo y se calculará sobre la valoración de la obligación incumplida.

Por cada día de retardo o incumplimiento, se aplicará una multa equivalente al cinco por mil (5 x 1000) sobre el porcentaje de las obligaciones pendientes por el retardo.

El cobro de las multas no excluye el derecho de la contratante para exigir el cumplimiento del contrato o para exigir su terminación o declararlo unilateralmente terminado, según corresponda y, en cualquiera de estos casos, requerir además el resarcimiento y pago de daños y perjuicios de conformidad con la Ley.

El pago de la multa no extingue la obligación principal del proveedor.

7. GARANTÍAS APLICABLES

Previo 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 periodo adicional de 60 días.

8. OBLIGACIONES DE LAS PARTES

8.1 Obligaciones adicionales del contratista

- 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.
- De efectuarse algún cambio, se notificará por cualquier canal de comunicación al administrador del contrato, mismo deberá aprobar o desaprobado 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, así como protocolización del contrato.
- El contratista para presentaciones y/o capacitaciones y/o roadshows 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 americano.
- El contratista de ser el caso deberá cubrir los valores de los registros de participación en los eventos de América,
- El contratista se hará cargo del montaje, desmontaje y/o actividades promocionales in situ y de ser el caso cubrirá dichos valores para la participación de los eventos planificados.

- El contratista generará todos los insumos promocionales que se requieran para la ejecución de los eventos temáticos, roadshows, participación en ferias, entre otros.
- 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.
- 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.
- Para las membresías confirmadas, el contratista se encargará de realizar el seguimiento en temas de boletines, publicaciones, beneficios para los miembros, bases de datos, entre otros.
- El contratista realizará el seguimiento de publicaciones de notas y paquetes turísticos de medios, blogueros y tour operadores que visitaron el destino a través de la gestión de Quito Turismo.
- En la participación u organización de eventos a MICE, el contratista debe encargarse de coordinar el servicio de catering con alimentación ecuatoriana / quiteña, siempre y cuando el reglamento ferial lo permita.
- El contratista deberá revisar que la imagen de Quito y de los coexpositores este correcta cuando el caso lo amerite durante los eventos organizados.
- Coordinar los insumos necesarios para una buena participación en todas las acciones que se propongan para cada mercado.
- El contratista será el encargado de coordinar la correcta puesta en marcha de los eventos y acciones propuestas y definidas.
- Cuando se traten de Cooperados MICE, se trabajarán en conjunto entre la empresa contratista, Quito Turismo y el partner internacional, buscando siempre la mejor exposición del destino en cada mercado internacional.
- En el caso de viajes de prensa y familiarización, el contratista se encargará de enviar el formulario respectivo para que el invitado lo complete, este formulario deberá estar inserto en el reporte de cumplimiento que el contratista enviará a Quito Turismo.
- El contratista servirá de enlace para establecer campañas promocionales (digitales, tradicionales o ambos) de Quito con Asociaciones internacionales, medios de comunicación especializados y otros) que tengan relevancia en cualquiera de los países que conforman el mercado internacional.

8.2 Obligaciones de la contratante

- Obligaciones adicionales del contratante:

- 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 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.

9. OTRAS CONSIDERACIONES

9.1 Información que dispone la entidad

Manual de uso de marca; logos marca ciudad y demás ítems solicitados para el cumplimiento de las especificaciones técnicas y los productos.

9.2 Entrega de Ofertas

La oferta se entregará de manera digital a través del correo: csantamaria@quito-turismo.gob.ec

9.3 Comunicación entre las partes

Todas las comunicaciones entre las partes se las realizará a través del administrador del contrato por correo electrónico, y/u oficio y/o acta, y/o teléfono, y/o WhatsApp

9.4 Comisión Técnica / Delegado Precontractual

Se sugiere a los siguientes funcionarios:

Función: Presidente de la Comisión Técnica

Nombres: Cristina Santamaria

Cédula de Ciudadanía: 1714633490

Cargo: Directora de Turismo de Negocios y Atracción de Eventos

Nro. Certificación SERCOP: ekLhDwbCIE

Función: Titular del área requirente o su delegado

Nombres: Miguel Garzon

Cédula de Ciudadanía: 1717590085

Cargo: Analista 1 de Promoción

Nro. Certificación SERCOP: TrUiKGxuLD

Función: Profesional afin al objeto de la contratación
Nombres: Gabriela Flores
Cédula de Ciudadanía: 0401259940
Cargo: Analista 2 de Turismo de Negocios y Atracción de Eventos
Nro. Certificación SERCOP: YPuvA6DIes

10.5 Administrador de Contrato

Se sugiere como Administrador de Contrato al siguiente funcionario, quien velará por el cumplimiento de las acciones y entrega de productos que se detallan en los presentes Términos de Referencia / Especificaciones Técnicas:

Nombres: Mgs. Ruben Lara
Cédula de Ciudadanía: 1003326210
Cargo: Director de Promoción del Destino Turístico

10. FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

NOMBRE	CARGO	FIRMA
Elaborado por: Carlos Benitez	Especialista 3 de Turismo de Negocios y Atracción de Eventos	
Revisado y Aprobado por: Cristina Santamaria	Directora de Turismo de Negocios y Atracción de Eventos	
Revisado y Aprobado por: Belen Pacheco	Director de Promoción del Destino Turístico (encargada)	
Fecha de elaboración: Quito, D.M., 4 de marzo de 2026.		