

**BASE DE CONTRATACIÓN INTERNACIONAL
PE-EPMGDT-2026-02****SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE EUROPA Y RESTO DEL MUNDO PARA LOS AÑOS 2026 Y 2027.**

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (Quito Turismo), encargada de la promoción nacional e internacional de la ciudad de Quito, se encuentra en proceso de selección y contratación del “Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para los mercados de Europa y resto del mundo para los años 2026 y 2027.”

CONDICIONES GENERALES:

Los requisitos para las empresas que deseen participar en este proceso de selección son los siguientes:

- Podrán participar personas jurídicas legalmente constituidas.
- Para la presentación de las propuestas se debe llenar obligatoriamente los formularios que se envían y cada punto deberá venir respaldado con el anexo indicado.
- Las horas establecidas en el cronograma del presente proceso de contratación se registrará a la hora de Ecuador.
- Las ofertas y sus anexos serán suscritas con firma electrónica y se enviarán por e-mail a la siguiente dirección rlara@quito-turismo.gob.ec En formato PDF.

Son causales de rechazo las siguientes:

- Las ofertas que no cumplieran con los requisitos mínimos establecidos en las presentes bases.
- Si se hubiera entregado y/o presentado la oferta después de la hora establecida para ello.
- No firmar los formularios de la propuesta técnico/ económica.
- Si el oferente se encontrare incurso en las inhabilidades contractuales determinadas en la Código Civil.

REQUISITOS DE ELEGIBILIDAD

La empresa debe contar con una oficina o filial y/o representante en todos los mercados priorizados entre los cuales se encuentran: Reino Unido, España, Países Bajos, Alemania, Italia, Francia con su respectivo equipo de trabajo que atienda los requerimientos de Quito Turismo y tenga capacidad de respuesta inmediata.

Constitución legal de la empresa en uno de los siguientes países: Alemania, Bélgica, España, China, Corea, Francia, Italia, Japón, Qatar, Rumanía, Rusia, Singapur, Suiza.

CONDICIONES ESPECÍFICAS**1. OBJETO DE LA CONTRATACIÓN:**

“Servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para los mercados de Europa y resto del mundo para los años 2026 y 2027”

2. OBJETIVO DE LA CONTRTACION

1. OBJETIVO GENERAL

Promocionar y difundir el destino Quito y sus atractivos turísticos en los mercados internacionales de Europa y el resto del mundo, 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.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

3. PLAZO DE EJECUCIÓN

El plazo de vigencia de la presente contratación se contará a partir de la firma del contrato, hasta el 31 de diciembre de 2027.

4. PRESUPUESTO REFERENCIAL DE CONTRATACIÓN 2026 – 2027

De conformidad con el estudio del mercado, el presupuesto referencial para la presente contratación es de \$ 1'042.500,00 (un millón cuarenta y dos mil quinientos dólares de los Estados Unidos de Norteamérica con 00/100), respaldado con las certificaciones presupuestarias correspondiente al ejercicio fiscal 2026 y la certificación futura correspondiente al ejercicio fiscal 2027.

AÑO	EJE DE PROMOCION	VALOR
2026	PROMOCIÓN DE DESTINO TURÍSTICO	\$ 435.103,33
2026	TURISMO DE NEGOCIOS	\$ 33.500,00
2027	PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO	\$ 360.706,67
2027	TURISMO DE NEGOCIOS Y ATRACCIÓN DE EVENTOS	\$ 33.500,00
2026 / 2027	FEE PROMOCIÓN Y TURISMO DE NEGOCIOS	\$ 179.690,00
	TOTAL	\$ 1.042.500,00

5. FORMAS Y CONDICIONES DE PAGO

El valor del contrato será cancelado de la siguiente manera:

No.	Tipo	Descripción
1	<i>Pago Mensual o por Períodos</i>	<i>El pago se realizará contra entrega del servicio.</i>

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

Condiciones de Pago

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

6. ANTICIPO

En esta contratación no aplica anticipo

7. ENTREGA DE GARANTÍA

Previo a la suscripción del contrato, el adjudicatario deberá constituir y presentar las garantías contractuales que correspondan, conforme a lo establecido en los pliegos y en la normativa aplicable.

- **Garantía de fiel cumplimiento del contrato:** deberá rendirse por un valor equivalente al porcentaje establecido en la normativa vigente y/o en los pliegos (generalmente hasta el cinco por ciento del valor total del contrato, salvo regímenes especiales), la cual deberá ser incondicional, irrevocable, de cobro inmediato y ejecutable en el Ecuador, destinada a asegurar el cumplimiento íntegro de las obligaciones contractuales.
- **Vigencia de la garantía:** la garantía de fiel cumplimiento deberá mantenerse vigente durante todo el plazo de ejecución del contrato, incluyendo sus eventuales prórrogas, y hasta la suscripción del acta de recepción definitiva y liquidación contractual, sin que su extinción opere por la sola terminación del contrato.

8. ÍNDICES FINANCIEROS

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

9. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS O TÉRMINOS DE REFERENCIA:

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 EUROPA Y RESTO DEL MUNDO 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 Europa y resto del mundo para los años 2026 y 2027.
CPC:	838120316
Presupuesto referencial:	USD 1.042.500,00

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:

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

Para el cumplimiento de su objeto y fines, la Empresa Pública Metropolitana podrá transmitir la ciencia y técnica de promoción 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 europeos y del resto del mundo, 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 europeos 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 europeos y asiáticos, 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 España, Alemania, Reino Unido, Francia, Italia, Países Bajos, entre otros.

La Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico mediante Resolución Administrativa N° EPMGDT-GG-ER-2024-099 del 29 de noviembre de 2024, expidió 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:

- a. Proponer, analizar y evaluar estrategias, encaminadas a fortalecer el posicionamiento de Quito como un destino turístico;
 - b. Establecer las estrategias de marketing, comunicación y relaciones públicas especializadas en turismo de ocio para el posicionamiento de la ciudad de Quito;
 - c. Generar procesos asociativos con el sector público y privado para fomentar el desarrollo del turismo del Distrito Metropolitano de Quito;
 - d. 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;
 - e. 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;
 - f. 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:

- a. Proponer, ejecutar y evaluar estrategias, encaminadas a fortalecer el posicionamiento de Quito como un destino atractivo para el segmento de turismo de reuniones;
- b. Establecer las estrategias de marketing, comunicación y relaciones públicas especializadas en turismo de negocios y reuniones para el posicionamiento de la ciudad de Quito;
- c. Generar procesos asociativos con el sector público y privado para fomentar el desarrollo del turismo de negocios y reuniones del Distrito Metropolitano de Quito;
- d. Asesorar y apoyar en postulaciones y candidaturas del sector público y privado para ser sede de eventos internacionales;
- e. 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;
- f. 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;
- g. Desarrollar un branding específico para turismo de negocios y reuniones de la ciudad; y,
- h. Ejercer las atribuciones que sean delegadas por la autoridad institucional mediante el acto administrativo correspondiente, en el ámbito de su competencia.

2.2 Objetivos de la Contratación

3. OBJETIVO GENERAL

Promocionar y difundir el destino Quito y sus atractivos turísticos en los mercados internacionales de Europa y el resto del mundo, 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.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

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

2.3 Justificación

La contratación del SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE EUROPA Y RESTO DEL MUNDO 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, 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 ONU Turismo, el turismo internacional es una de las industrias de mayor crecimiento e impacto en la economía mundial. Europa, al recibir alrededor del 56% de los turistas internacionales del mundo, se mantiene como la región de mayor relevancia en este sector. Para Quito, que busca consolidarse como un destino cultural, patrimonial y de naturaleza, el fortalecimiento de la promoción en Europa y en otros mercados internacionales constituye una acción estratégica ineludible.

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. En este grupo se encuentran como principales emisores países europeos como España, Alemania y Reino Unido, lo que confirma la importancia de mantener campañas de posicionamiento en este continente. 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 Europa, lo que refuerza la necesidad de intensificar acciones promocionales en esos mercados.

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 europeos continúan siendo prioritarios para la ciudad. España ocupa el cuarto lugar en llegadas, mientras que Alemania y Reino Unido se mantienen dentro de los principales emisores. Francia e Italia muestran un crecimiento constante, y Países Bajos consolida su participación en el mercado. En Asia, China representa ya un 3,3% de los visitantes, mientras que Japón comienza a posicionarse como un mercado con potencial. 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 europeos y mundiales, 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, Sudamérica, Europa y el resto del mundo.

De acuerdo con los datos recopilados por Mabrian, la misma que es una plataforma de provisión de datos en línea para la gestión de servicios de inteligencia turística, y que es fuente fundamental de datos para el Sistema de Información Turística de Quito Turismo (SITUR), los mercados prioritarios que tienen intención de viaje para Quito en el 2026 son España, Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Francia, confirmando de esta manera que en Europa tenemos mercados prioritarios para Quito.

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 para los mercados de Europa y resto del mundo 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 Viceministerio de Turismo en función país, cuyo plan de acción promocional del destino ha incluido actividades como: publicación de artículos en revistas relevantes a nivel internacional, 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 EUROPA	DOLARES
	ALEMANIA ¹	\$ 2.630,77
	REINO UNIDO ²	\$ 2.479,74
	ESPAÑA ³	\$ 1.685,04
	FRANCIA ⁴	\$ 2.156,46
	PAÍSES BAJOS ⁵	\$ 2.720,67
	TOTAL, POR MES	\$ 11.672,68
	TOTAL, POR AÑO	\$ 140.072,16

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 y 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.

¹ <https://www.yomeanimo.com/cuanto-se-puede-ahorrar-mes-alemania>

² <https://www.yomeanimo.com/reino-unido-cuanto-se-puede-ahorrar-por-mes>

³ abc.es/economia/pasar-smi-2026-sube-salario-minimo-afecta-20260118060000-nt.html#:~:text=A%2014%20pagas%2C%20el%20salario,17.094%20euros%20brutos%20al%20a%C3%B1o.

⁴ <https://desplazamientos-francia.com/2025/12/29/francia-incrementa-el-salario-minimo-para-el-2026/#:~:text=A%20partir%20del%201%20de%20enero%20de%202026%20aumentar%20el%20salario%20mensual%20a%2017.094%20euros%20brutos%20al%20a%C3%B1o.>

⁵ <https://adamsrecruitment.com/blog/salaries-in-the-netherlands-what-should-you-be-earning/#:~:text=Salario%20m%C3%ADnimo%20y%20salario%20mensual,medio%20anual%20los%20a%C3%B1os%20de%202020%20a%202024.>

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

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

Pilar de turismo de reuniones (MICE)

Pilar de Turismo de Reuniones (MICE)

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

Dentro del Plan Estratégico 2024-2027 de la Empresa aprobado mediante Resolución No. 002-2024 en sesión Ordinaria No. EPMGDT-SD-002-OR-2024 del Directorio de Quito Turismo, 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) 2026 / 2027 de la Dirección MICE, la ejecución de estrategias de promoción internacional de Quito como destino MICE en los mercados de Europa y resto del mundo.

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

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

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

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

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

Estrategia 1: Liderazgo (organización efectiva y respetada)

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

Estrategia 2: Marketing especializado MICE

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

Estrategia 3: Programa de Postulaciones

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

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 período 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 período que toma la contratación de la nueva oficina de promoción para el año correspondiente.

La posibilidad de que esta Oficina de Relaciones Públicas y Representación trabaje para Quito Turismo, durante el periodo 2026-2027, 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 este periodo, 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, 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 Turístico y Turismo de Negocios y Atracción de Eventos 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 Europa (España, Francia, Alemania, Países Bajos, Reino Unido e Italia) como resto del mundo, según las necesidades del destino y las oportunidades de promoción que surjan con relación a las nuevas tendencias del turismo.

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 los Roadshows en Europa, 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 EUROPA Y RESTO DEL MUNDO PARA LOS AÑOS 2026 Y 2027.

2.5 Metodología de Trabajo

Para dar cumplimiento al servicio de relaciones públicas y representación en el exterior para la promoción del destino Quito para los mercados de Europa y resto del mundo 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 Promoción del Destino Turístico 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 con 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 podrá gestionar a través de su conocimiento y experiencia una agenda de trabajo de aproximadamente 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 y/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 de Promoción planificadas para el 2026 y 2027 son: Organización Mundial de Turismo (OMT), Latin American Travel Association (LATA), ARGE Lateinamerika y/u otras.

Verificable: El contratista presentará el respaldo de renovación o afiliación a la entidad que Quito Turismo defina el mismo que será respaldado con la confirmación de la entidad.

Quito Turismo podrá añadir o quitar 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 en diferentes ciudades de los mercados objetivos, 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: Madrid, Paris, Roma, Ámsterdam. Berlín, Londres (sujetas a cambio en trabajo conjunto con el contratista y aprobación final de Quito Turismo).

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 francés, alemán, inglés 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 europeo y/o resto del mundo para que mantengan citas de negocios con Tour Operadores ecuatorianos asistentes como expositores, mediante Workshop.

Workshop: Organización de sesiones de negocio B2B (uno a uno) donde los empresarios turísticos ecuatorianos asistentes al evento como expositores, se encontrarán con el Trade de Europa y/o resto del mundo.

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

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 europeo.

Servicio de creación, edición, traducción y distribución de documentos para la promoción de destino en los mercados de Europa y Resto del Mundo

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 Europa, los mismos que estarán enfocados en los idiomas (inglés, alemán, holandés, italiano, español, francés) y de acuerdo con 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 Europa y Resto del Mundo (Francia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, España, Italia, entre otros).

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 Europa y Resto del Mundo

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 Europa.

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

Organización de una presentación de destino en Europa, 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 EUROPA: IBTM IMEX, Evento bodas, y/u otras, para lo cual se presentará un correo simple de confirmación del registro con el organizador del evento o el Viceministerio 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 con 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 del servicio.

El pago se realizará contra entrega del servicio, 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 períodos, que incluya soportes en digital e impreso, y la presentación del acta entrega recepción correspondiente, realizada por el administrador del contrato. Se deberá considerar todos los detalles mencionados en la Metodología de Trabajo de estos Términos de Referencia y Obligaciones del Contratista.

3 REQUISITOS MÍNIMOS

3.1 Productos Esperados

Eje de Promoción del Destino Turístico

AÑO 2026

Código CPC (Nivel 9)	Bien o Servicio	Descripción	Cantidad	Asignación Presupuestaria Máxima
838120316	Servicio integral de promoción y representación internacional del destino Quito.	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (ITB, Alimentaria, LATA Expo, BirdFair, National Geographic Traveller Food Festival, IFM Top Resa, WTM, Smart City Expo World Congress) y/u otros.	1	\$270.103,33
		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 Europa o Resto del Mundo 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	1	

		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.	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 Europa 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 holandés, francés, alemán, italiano, inglés y/ u otros de	1	\$25.000,00

			acuerdo a las necesidades de Quito Turismo.		
838120316	Servicio de monitoreo del contenido noticioso (newsletters, notas de prensa, reportajes especiales) del destino Quito	de del	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 (España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, entre otros).	1	
838120316	Servicios de Pauta en medios ATL, OOH y digitales en mercados de Europa y Resto del Mundo	de en	Prensa digital y escrita: <ul style="list-style-type: none"> 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	\$140,000.00
		Brandeo: <ul style="list-style-type: none"> Publicidad ATL Y BLT a nivel Europa y Resto del Mundo (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: <ul style="list-style-type: none"> Se ejecutará al menos 2 campaña con influencers, contratando al menos 1 macro influencer y/o al menos 2 micro 	1		

		<p>influencers en mercados clave a nivel internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 		
--	--	---	--	--

Eje Turismo de Negocios:

Código CPC (Nivel 9)	Bien o Servicio	Descripción	Cantidad	Asignación Presupuestaria Máxima
838120316	Servicio integral de posicionamiento y representación internacional especializada MICE del destino Quito.	<p>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 Europa y alcance global (ICCA; UFI 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.</p>	1	\$33.500,00
		<p>Pago de Inscripciones, participación y acompañamiento en Ferias y /o Eventos Especializados MICE (Enfoque Europa): El contratista realizará el pago de inscripciones y/o registros de Quito Turismo en ferias y eventos MICE especializados, (como IBTM, IMEX, The Meetings</p>	1	



			<p>Show, 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.</p>		
			<p>Realizar presentaciones de destino en mercados prioritarios de Europa o el resto del mundo, 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.</p>	1	

2027

Eje Promoción del Destino Turístico

Código CPC (Nivel 9)	Bien o Servicio	Descripción	Cantidad	Asignación Presupuestaria Máxima
838120316	Servicio integral de promoción y representación internacional	Pago de inscripciones y/o registros para Quito Turismo (ITB, Alimentaria, LATA Expo, BirdFair, National Geographic Traveller Food Festival, IFM Top Resa, WTM, Smart City Expo World Congress) y/u otros.	1	\$195.706,67



del destino Quito.	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 Europa o Resto del Mundo 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	1

			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 Europa 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 holandés, francés, alemán, italiano, inglés 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 (España, Francia, Italia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, entre otros).	1	\$25.000,00
838120316	Servicios de Pauta en medios ATL, OOH y digitales en mercados de Europa y Resto del Mundo		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	\$140,000.00

			<p>Brandeo:</p> <ul style="list-style-type: none"> Publicidad ATL Y BLT a nivel Europa y Resto del Mundo (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	
			<p>Influencers:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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	Asignación Presupuestaria Máxima
838120316	Servicio integral de posicionamiento y	Pago y gestión de Membresías MICE internacionales: El contratista gestionará y ejecutará el pago/renovación de	1	\$33.500,00



		<p>representación internacional especializada MICE del destino Quito.</p>	<p>membresías institucionales de Quito Turismo en organismos internacionales especializados del segmento MICE, preferentemente con sede en Europa y alcance global (ICCA; UFI 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.</p>		
			<p>Pago de Inscripciones, participación y acompañamiento en Ferias y /o Eventos Especializados MICE (Enfoque Europa): El contratista realizará el pago de inscripciones y/o registros de Quito Turismo en ferias y eventos MICE especializados, (como IBTM, IMEX, The Meetings Show, 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.</p>	1	
			<p>Realizar presentaciones de destino en mercados prioritarios de Europa o el resto del mundo, 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</p>	1	

			destino y generar oportunidades comerciales.		
--	--	--	--	--	--

FEE PROMOCIÓN Y TURISMO DE NEGOCIOS AÑOS 2026 Y 2027

PRODUCTOS/ SERVICIOS TÉRMINOS DE REFERENCIA				
FEE AGENCIA 2026 Y 2027 EUROPA Y RESTO DEL MUNDO (POR 18 MESES)				
N°	PRODUCTO/ SERVICIO	DETALLE DE PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD REQUERIDA	ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA MÁXIMA
1	Fee de Agencia 2026 Y 2027 (EUROPA Y RESTO DEL MUNDO)	<p>Servicio de representación en el exterior, para los mercados internacionales. Como agencia matriz de representación será la encargada de coordinar las acciones promocionales del destino Quito con sus filiales y/o asociados.</p> <p>Programa de representación y relaciones públicas con la industria turística de los mercados respectivos, que incluye: Envío de información y materiales de promoción de destino, llamadas de seguimiento, atención a solicitudes de la industria turística, entre otros.</p> <p>Organización de agenda de citas de trabajo para eventos, misiones comerciales, capacitaciones o presentaciones de destino y/o ferias de turismo Leisure y seguimiento a los contactos establecidos en el mercado internacional.</p> <p>Apoyo en la logística y acompañamiento durante la ejecución del evento, misiones comerciales, capacitaciones o presentaciones de destino y/o ferias de promoción turística Leisure y MICE</p>	1	\$179.690,00

	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 Europa y Resto del Mundo 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.		

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

AÑO	EJE DE PROMOCION	VALOR
2026	PROMOCIÓN DE DESTINO TURÍSTICO	\$ 435.103,33
2026	TURISMO DE NEGOCIOS	\$ 33.500,00
2027	PROMOCIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO	\$ 360.706,67
2027	TURISMO DE NEGOCIOS Y ATRACCIÓN DE EVENTOS	\$ 33.500,00
2026 / 2027	FEE PROMOCIÓN Y TURISMO DE NEGOCIOS	\$ 179.690,00
	TOTAL	\$ 1.042.500,00

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	<p>Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años</p> <p>Fluidez en los idiomas español e inglés que le permita realizar procesos de contratación pública y elaborar informes de cumplimiento.</p>	<p>2 certificados que avalen la experiencia mínima de 5 años representando destinos turísticos, estos certificados deberán ser emitidos por el destino al que representó.</p> <p>1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es legua materna.</p> <p>1 certificado que avale su fluidez en el idioma inglés o a su vez indicar que es legua materna.</p>
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE MICE	<p>Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años</p> <p>Fluidez en los idiomas español e inglés que le permita realizar procesos de contratación pública y elaborar informes de cumplimiento.</p>	<p>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.</p> <p>1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es legua materna.</p> <p>1 certificado que avale su fluidez en el idioma inglés o a su vez indicar que es legua materna.</p>
1	Ejecutivo de Comunicación	<p>Al menos 3 años de experiencia en comunicación, relaciones públicas y/afines.</p> <p>Experiencia en elaboración de boletines, newsletters, notas de prensa.</p> <p>Fluidez en el idioma inglés y de los mercados priorizados (Países Bajos, Alemania, Francia) en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).</p>	<p>1 certificado que avale la experiencia de mínimo 3 años como comunicador y/o relacionista público,</p> <p>1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, holandés francés, alemán, español)</p>

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	<i>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.</i>	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	En los últimos 5 años	<i>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.</i>	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.

Latinoamérica en el segmento MICE.
*Se solicita de Latinoamérica ya que se verificará la experiencia con países similares al Ecuador.

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	$Solvencia = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	Mayor o igual 1,0.
Endeudamiento	$Endeudamiento = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$	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: Reino Unido, España, Países Bajos, Alemania, Italia, Francia con su respectivo equipo de trabajo que atienda los requerimientos de Quito Turismo y tenga capacidad de respuesta inmediata.	<ul style="list-style-type: none"> - Organigrama por cada mercado seleccionado del equipo de trabajo para Quito. - Documentos que validen la existencia de la oficina y/o filial respectiva (<i>documento legal que avale la existencia de la empresa y sus respectivas sucursales o filiales</i>).
Constitución legal de la empresa en uno de los siguientes países: Alemania, Bélgica, España, China, Corea, Francia, Italia, Japón, Qatar, Rumanía, Rusia, Singapur, Suiza.	<ul style="list-style-type: none"> - Constitución de la empresa
Logros, certificaciones y/o reconocimientos	<ul style="list-style-type: none"> - Logros, certificaciones y/o reconocimientos obtenidos con destinos con los que haya trabajado

Personal Técnico:

Experiencia técnico:

personal

Cantidad	Función	Documentos Habilitantes
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE PROMOCIÓN	- 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.

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.

			<p>1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es legua materna.</p> <p>1 certificado que avale su fluidez en el idioma inglés o a su vez indicar que es legua materna.</p>
1	Director o Coordinador de Cuenta EJE MICE	<p>Al menos 5 años de experiencia trabajando en la representación de destinos turísticos en los últimos 5 años</p> <p>Fluidez en los idiomas español e inglés que le permita realizar procesos de contratación pública y elaborar informes de cumplimiento.</p>	<p>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.</p> <p>1 certificado que avale su fluidez en el idioma español o a su vez indicar que es legua materna.</p> <p>1 certificado que avale su fluidez en el idioma inglés o a su vez indicar que es legua materna.</p>
1	Ejecutivo de Comunicación	<p>Al menos 3 años de experiencia en comunicación, relaciones públicas y/afines. Experiencia en elaboración de boletines, newsletters, notas de prensa.</p> <p>Fluidez en el idioma inglés y de los mercados priorizados (Países Bajos, Alemania, Francia) en los cuales se realicen actividades promocionales (para cumplir con este punto, el ejecutivo puede tener un partner en cada mercado).</p>	<p>1 certificado que avale la experiencia de mínimo 3 años como comunicador y/o relacionista público,</p> <p>1 certificado del ejecutivo o de su partner que avale la fluidez en el idioma de cada mercado (inglés, holandés francés, alemán, español)</p>
1	Planner Digital	<p>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.</p>	<p>Certificados de trabajo que acrediten experiencia solicitada</p>

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 MICE.

Oferta Económica

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

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 Específica 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

Previa la firma del contrato, de conformidad al artículo 73 y siguientes de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, se requiere lo siguiente:

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

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

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 de ser el caso deberá cubrir los valores de los registros de participación en los eventos de Europa o Resto del Mundo,
- 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 del 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, 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

Las ofertas se entregarán de manera digital a través del correo: rlara@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

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

1. Miguel Garzón, Analista 1 de Promoción Turística, designado por la máxima autoridad, quien presidirá la comisión técnica.
2. Gabriel Sánchez, Coordinador Digital de la Dirección de Promoción del Destino Turístico, titular del área requirente o su delegado.
3. Javier Ocampo, Especialista en Gestión de Riesgos, profesional afín al objeto de la contratación, designado por la máxima autoridad o su delegado.

Actuarán con voz, pero sin voto, el/la Director/a Jurídico/a y el/la Director/a Administrativo/a Financiero/a, o quienes hagan sus veces, de conformidad con la normativa vigente. Así mismo se designa a Gabriela Cevallos, de la Dirección de Servicios para la Industria Turística, como presidente Alternativo para esta comisión.

9.5 Administrador de Contrato

Se sugiere que el contrato sea administrado por Mónica Elizabeth Burbano Montalvo Directora de Turismo de Negocios y Atracción de Eventos (E)

quien velará por el cumplimiento de las acciones y entrega de productos que se detallan en los presentes Términos de Referencia.

10. CRONOGRAMA DE PROCESO

Acción	Fecha	Hora
Publicación proceso	04/06/2026	10H30
Fecha límite de Preguntas	11/06/2026	12H00
Fecha límite de Respuesta	15/06/2026	12H00
Fecha límite de Entrega de Oferta	29/06/2026	12H00
Fecha estimada Calificación	1/07/2026	12H00
Fecha estimada de Adjudicación	6/07/2026	12H00

En el caso de ser necesario, el término para la convalidación de errores será de acuerdo con el siguiente cronograma.

Concepto	Día	Hora
Fecha límite para solicitar convalidación de errores	1/07/2026	17H00
Fecha límite para convalidación de errores	3/07/2026	17H00
Fecha estimada de adjudicación	8/07/2026	12H00

Las personas naturales o jurídicas interesadas en participar deberán presentar su oferta junto con los anexos correspondientes, debidamente suscritos mediante firma electrónica. La documentación deberá remitirse en formato PDF al correo electrónico rlara@quito-turismo.gob.ec hasta las **12h00 del 29 de junio de 2026 (hora de Ecuador)**.

En caso de requerirse aclaraciones o consultas respecto de los términos de referencia, los interesados podrán remitir sus preguntas al mismo correo electrónico hasta la fecha establecida en el cronograma del proceso.

Las ofertas que sean presentadas con posterioridad a la fecha y hora señaladas no serán consideradas y quedarán descalificadas.

Amelia Alejandra Ordóñez Muñoz
Gerente General
Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

FORMULARIOS DE LA OFERTA

FORMULARIO 1

NOMBRE DEL OFERENTE:

1.1 PRESENTACIÓN Y COMPROMISO

El que suscribe, en atención a la invitación efectuada por (nombre de la entidad contratante) para la ejecución de (detalle de los bienes o servicios), luego de examinar el pliego del presente procedimiento, al presentar esta oferta por (sus propios derechos, si es persona natural) / (representante legal o apoderado de si es persona jurídica), (procurador común de..., si se trata de asociación o consorcio) declara que:

El oferente es proveedor elegible de conformidad con las disposiciones de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, su Reglamento General, y demás normativa expedida por el Servicio Nacional de Contratación Pública.

La única persona o personas interesadas en esta oferta está o están nombradas en ella, sin que incurra en actos de ocultamiento o simulación con el fin de que no aparezcan sujetos inhabilitados para contratar con el Estado.

La oferta la hace en forma independiente y sin conexión abierta u oculta con otra u otras personas, compañías o grupos participantes en este procedimiento y, en todo aspecto, es honrada y de buena fe. Por consiguiente, asegura no haber vulnerado y que no vulnerará ningún principio o norma relacionada con la competencia libre, leal y justa; así como declara que no establecerá, concertará o coordinará –directa o indirectamente, en forma explícita o en forma oculta- posturas, abstenciones o resultados con otro u otros oferentes, se consideren o no partes relacionadas en los términos de la normativa aplicable; asimismo, se obliga a abstenerse de acciones, omisiones, acuerdos o prácticas concertadas o y, en general, de toda conducta cuyo objeto o efecto sea impedir, restringir, falsear o distorsionar la competencia, ya sea en la presentación de ofertas y posturas o buscando asegurar el resultado en beneficio propio o de otro proveedor u oferente, en este procedimiento de contratación.

Al presentar esta oferta, cumple con todas las estipulaciones de las bases de esta contratación.

Bajo juramento declara expresamente que no ha ofrecido, ofrece u ofrecerá, y no ha efectuado o efectuará ningún pago, préstamo o servicio ilegítimo o prohibido por la ley; entretenimiento, viajes u obsequios, a ningún funcionario o trabajador de la entidad contratante que hubiera tenido o tenga que ver con el presente procedimiento de contratación en sus etapas de planificación, programación, selección, contratación o ejecución, incluyéndose preparación de las bases contractuales del pliego, aprobación de documentos, calificación de ofertas, selección de contratistas, adjudicación o declaratoria de procedimiento desierto, recepción de productos o servicios, administración o supervisión de contratos o cualquier otra intervención o decisión en la fase precontractual o contractual.

Acepta que en el caso de que se comprobare una violación a los compromisos establecidos en el presente formulario, la Entidad Contratante le descalifique como oferente, o dé por terminado en

forma inmediata el contrato, observando el debido proceso, para lo cual se allana a responder por los daños y perjuicios que tales violaciones hayan ocasionado.

Declara que se obliga a guardar absoluta reserva de la información confiada y a la que pueda tener acceso durante las visitas previas a la valoración de la oferta y en virtud del desarrollo y cumplimiento del contrato en caso de resultar adjudicatario, así como acepta que la inobservancia de lo manifestado dará lugar a que la entidad contratante ejerza las acciones legales según la legislación ecuatoriana vigente.

Conoce las condiciones de la contratación, ha estudiado las especificaciones técnicas, términos de referencia y demás información de las bases de contrato, las aclaraciones y respuestas realizadas en el proceso, y en esa medida renuncia a cualquier reclamo posterior, aduciendo desconocimiento por estas causas.

Entiende que las cantidades indicadas en el Formulario de Oferta para esta contratación son exactas y, por tanto, no podrán variar por ningún concepto.

De resultar adjudicatario, manifiesta que suscribirá el contrato comprometiéndose a ejecutar el suministro o prestar el servicio sobre la base de las cantidades, especificaciones técnicas, términos de referencia y condiciones, las mismas que declara conocer; y en tal virtud, no podrá aducir error, falencia o cualquier inconformidad, como causal para solicitar ampliación del plazo.

Conoce y acepta que la entidad contratante se reserva el derecho de adjudicar el contrato, cancelar o declarar desierto el procedimiento, si conviniere a los intereses nacionales o institucionales, sin que dicha decisión cause ningún tipo de reparación o indemnización a su favor.

Garantiza la veracidad y exactitud de la información y documentación proporcionada; así como de las declaraciones realizadas para el presente procedimiento de contratación

El oferente, de resultar adjudicado, declara que cumplirá con las obligaciones de pago que se deriven del cumplimiento del contrato a sus subcontratistas o subproveedores.

FIRMA DEL OFERENTE, SU REPRESENTANTE LEGAL, APODERADO O PROCURADOR COMÚN (según el caso)

FORMULARIO II
REQUISITOS MÍNIMOS

DATOS GENERALES DEL OFERENTE.

NOMBRE DEL OFERENTE: (...)

País:

Ciudad:

Calle (principal):

No.:

Calle (intersección):

Teléfono(s):

Correo electrónico:

Cédula de Ciudadanía (Pasaporte):

N° de Identificación

Constitución

SITUACIÓN FINANCIERA

- Indices de solvencia y endeudamiento
- Requisitos De Elegibilidad

(Nota: Se deberá presentar la declaración de impuesto a la renta del ejercicio fiscal inmediato anterior que fue entregada.)

PERSONAL TÉCNICO

No.	Cargo / Función	Cantidad	Medio de Comprobación

EXPERIENCIA PERSONAL TÉCNICO

No.	Cargo / Función	Cantidad	Experiencia requerida	Medio de Comprobación

EXPERIENCIA GENERAL

No.	Tipo	Contratante	Objeto de contrato	Valor del Contrato	Fecha de recepción

EXPERIENCIA ESPECIFICA

No.	Tipo	Contratante	Objeto de contrato	Valor del Contrato	Fecha de recepción

Otros Parámetros Resueltos por la Entidad Contratante n/a

Logros, certificaciones y/o reconocimientos

FIRMA DEL OFERENTE, SU REPRESENTANTE LEGAL, APODERADO O PROCURADOR COMÚN

**FORMULARIO 3
PROPUESTA TÉCNICA**

N°	PRODUCTO Y/ O SERVICIOS ESPERADOS	DETALLE DEL SERVICIO (DESCRIPCION)	CANTIDAD REQUERIDA

FIRMA DEL OFERENTE, SU REPRESENTANTE LEGAL, APODERADO O PROCURADOR COMÚN



**FORMULARIO 4
PROPUESTA ECONÓMICA**

N°	PRODUCTO Y/ O SERVICIOS ESPERADOS	DETALLE DEL PRODUCTO, SERVICIO Y ACTIVIDADES	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
	TOTAL				

FIRMA DEL OFERENTE, SU REPRESENTANTE LEGAL, APODERADO O PROCURADOR COMÚN

FORMULARIO 5

Formulario Municipal

Aplicación de la Resolución No. A-044 de 6 de junio del 2020

El oferente _____

NOMBRE (persona natural/jurídica) / REPRESENTANTE LEGAL (en caso de sociedades)
con RUC/: _____; en representación de sus accionistas, socios, administradores,
directores, dependientes, empleados; y/o, sus trabajadores:

1. DECLARA:

a) Que conoce la prohibición legal y las consecuencias administrativas, civiles y penales de realizar pagos, entregar obsequios o garantizar dádivas presentes o futuras a favor de servidores, funcionarios o trabajadores públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, de sus familiares o de interpuestas personas, con el objeto de beneficiarse de alguna forma en el presente procedimiento de contratación pública;

b) Que no ofreció, ofrece u ofrecerá a favor de servidores, funcionarios o trabajadores públicos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito, de sus familiares o de terceras personas vinculadas, ningún tipo de pago, préstamo, servicio ilegítimo o prohibido por la ley con el objetivo de beneficiarse en la calificación, selección o adjudicación del presente procedimiento de contratación. Esto incluye, pero no se limita a: la preparación del pliego, bases, aprobación de documentos, calificación de ofertas, selección de contratistas, adjudicación o declaratoria de desierto, recepción de producto o servicios, administración o supervisión de contratos o cualquiera otra intervención o decisión en la fase preparatoria, precontractual, contractual o de ejecución;

c) Que no ofreció, ofrece u ofrecerá ningún tipo de entretenimiento, viajes, obsequios o dádivas de ningún tipo, a ningún funcionario, servidor o trabajador de la entidad contratante, sus familiares o terceras personas relacionadas, que hubiera tenido o tenga injerencia, relación y/o que haya elaborado, revisado u aprobado informes o documentos para el procedimiento de contratación, en sus fases preparatoria, precontractual, contractual o de ejecución. Esto incluye, pero no se limita, a la preparación del pliego, bases, aprobación de documentos, calificación de ofertas, selección de contratistas, adjudicación o declaratoria de desierto, recepción de producto o servicios, administración o supervisión de contratos o cualquiera otra intervención o decisión en la fase preparatoria, precontractual, contractual o de ejecución;

d) Que no efectuó, efectúa o efectuará ningún pago, préstamo o servicio ilegítimo o prohibido por la ley; entretenimiento, viajes u obsequios, a ningún funcionario, servidor o trabajador de la entidad contratante, sus familiares o terceros involucrados, que hubiera tenido o tenga que ver con el presente procedimiento de contratación, en sus etapas de planificación, programación, selección, contratación o ejecución, incluyéndose, pero no limitándose, a la preparación del pliego, aprobación de documentos, calificación de ofertas, selección de contratistas, adjudicación o declaratoria de desierto, recepción de producto o servicios, administración o supervisión de contratos o cualquiera otra intervención o decisión en la fase preparatoria, precontractual, contractual o de ejecución;

e) Que adoptó, adopta o adoptará medidas razonables para evitar que incurran en los literales anteriores, sus subcontratistas, agentes, familiares o cualquier otro tercero;

f) Que, de ser adjudicado dentro del procedimiento de contratación, durante la vigencia del contrato, su ejecución y liquidación, tanto el oferente como sus accionistas, administradores, directores, funcionarios, subcontratistas, empleados, agentes, familiares o terceros relacionados, no realizaron, realizan o realizarán, ni permitieron, permiten o permitirán que se cometan actos de corrupción;

g) Que evito, evita o evitará, especialmente, producto del procedimiento contractual, incluyendo la fase precontractual, contractual y de ejecución, que se incurra en peculado, enriquecimiento ilícito, cohecho, concusión, testaferrismo, oferta de tráfico de influencias, tráfico de influencias, lavado de activos, crimen organizado, asociación ilícita, financiamiento ilegal de campañas electorales y todos los delitos que contempla el Código Orgánico Integral Penal;

h) Que instruyó, instruye o instruirá a terceros vinculados, o sujetos a influencia determinante del oferente, incluyendo, pero sin limitarse a agentes, consultores, representantes de ventas, agentes, revendedores, subcontratistas, franquiciatarios, abogados, contadores o intermediarios, familiares, proveedores similares o terceros relacionados, para que no se involucren ni toleren ningún acto de corrupción;

El oferente se compromete a contratarlos solo en la medida necesaria para el desarrollo normal del negocio del oferente y a no pagar a esos terceros una remuneración mayor a la apropiada, según criterio de mercado, por los servicios que legítimamente le presten;

i) Que se compromete durante el procedimiento precontractual, contractual; y, durante toda la ejecución y liquidación del contrato en caso de resultar adjudicatario, a no reunirse con ningún servidor público de la Entidad Contratante en espacios distintos a aquellos previstos en el procedimiento precontractual;

j) Que se compromete a que las reuniones que se mantengan con los funcionarios, servidores o trabajadores de la Entidad Contratante serán grabados y se incorporarán al expediente del procedimiento contractual;

k) Que no incurrió, incurre o incurrirá en la práctica de testaferrismo, para favorecer a los funcionarios, servidores y trabajadores de la entidad contratante o sus familiares; y,

l) Que comunicará en el lapso de 24 horas a las entidades correspondientes, incluyendo, pero no limitándose, a la Fiscalía General del Estado, Policía Nacional, máximas autoridades municipales, de posibles delitos en los que incurran los funcionarios, servidores y trabajadores de la entidad contratante, en especial, pero no limitándose, de la oferta o del tráfico de influencias.

2. ACEPTA Y AUTORIZA.-

a) Que en calidad de oferente, incluyendo a mis accionistas, socios, administradores, familiares y trabajadores, acepto que en el caso de que se comprobare una violación al presente Formulario, particularmente, pero sin limitarse a las declaraciones aquí realizadas, la Entidad Contratante queda en libertad de descalificarme como oferente, terminar en forma inmediata el contrato, observando el debido proceso, para lo cual me allano a responder por los daños y perjuicios que tales violaciones hayan ocasionado;

b) Que todas las actuaciones del oferente, incluyendo a mis accionistas, socios, administradores, familiares, trabajadores y terceros implicados, se someten a la normativa vigente, y no buscan, corromper el procedimiento contractual del que participo;

c) Que el presente formulario no reemplaza a la Ley;

d) Que autoriza, autorizará, permite y permitirá a la Contratante la potestad de auditar, en cualquier momento, los libros de contabilidad y los registros financieros del oferente en relación con los ingresos y gastos que se relacionen con el objeto de contratación.

Si de aquella revisión se determina que el oferente, por sí o por intermedio de sus funcionarios, directivos, empleados, familiares o terceros relacionados que actúen a nombre del oferente pueden haber cometido uno o varios actos de corrupción, incluyendo delitos, actos subrepticios y obrepticios, el Contratante tendrá la obligación de denunciar tales actos ante las autoridades de control competentes, sin perjuicio de los efectos previsto en la normativa vigente, el contrato, pliego, bases y documentos que formen parte del contrato;

e) Que el presente formulario no supone modificación de Ley, reglamento o resolución alguna. La jerarquía normativa es la que se establece en la Constitución de la República del Ecuador; y,

f) Que el presente formulario no implica autorización expresa para subcontrataciones.

3. ACUERDA:

Que lo aquí expuesto, no se superpone a lo dispuesto en la normativa nacional vigente; en especial a la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, su Reglamento General y las Resoluciones del Servicio Nacional de Contratación Pública, por lo que no iniciaré ningún procedimiento administrativo o judicial en contra de la institución, en razón del presente formulario.

Conocer que el presente documento responde a la política de transparencia dispuesta por el Alcalde Metropolitano del Gobierno Autónomo Descentralizado del Distrito Metropolitano de Quito.

FIRMA DEL OFERENTE, SU REPRESENTANTE LEGAL, APODERADO O PROCURADOR COMÚN

CONDICIONES GENERALES Y ESPECÍFICAS DEL CONTRATO INTERNACIONAL

CONTRATO N° EPMGDT

CONTRATACIÓN INTERNACIONAL, CÓDIGO

SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y REPRESENTACIÓN EN EL EXTERIOR PARA LA PROMOCIÓN DEL DESTINO QUITO PARA LOS MERCADOS DE EUROPA Y RESTO DEL MUNDO PARA LOS AÑOS 2026 Y 2027.

COMPARECIENTES:

Comparecen a la celebración del presente contrato, por una parte la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, a quien para efectos del mismo, se le denominará "QUITO TURISMO" o simplemente "LA CONTRATANTE", legalmente representada por Oscar López en su calidad de Gerente General, según se desprende de la acción de personal No... y, por otra parte el señor, en su calidad de Apoderado Especial de, según se desprende del Poder General Mercantil a quien en adelante y para efectos de este contrato se denominará simplemente "LA CONTRATISTA", al tenor de las siguientes cláusulas:

Cláusula Primera. - ANTECEDENTES Y BASE LEGAL:

I. Antecedentes

II. Base Legal

1. El artículo 226 de la Constitución de la República del Ecuador prescribe: *"Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos y las personas que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que le sean atribuidas en la Constitución y la ley. Tendrán el deber de coordinar acciones para el cumplimiento de sus fines y hacer efectivo el goce y ejercicio de los derechos reconocidos en la Constitución"*.
2. El artículo 288 de la Constitución de la República del Ecuador, prescribe: *"Las compras públicas cumplirán criterios de eficiencia, transparencia, calidad, responsabilidad ambiental y social. Se prioriza los productos y servicios nacionales, en particular los provenientes de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas"*.
3. El artículo 315 de la Constitución de la República del Ecuador, prescribe: *"El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas."*
4. La Gerencia General mediante Resolución Administrativa EPMGDT-GG-CC-2019-027, de 04 de octubre de 2019, expidió el Reglamento Interno para Normar los Procedimientos de Contratación Pública de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.
5. Mediante Ordenanza Metropolitana 1 se expidió el Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito, vigente desde el 29 de marzo de 2019, que en su Libro I.2, Título V de las Empresas Metropolitanas, Capítulo I del Régimen Común de las Empresas Públicas Metropolitanas, Sección III de la Administración de Empresas Públicas Metropolitanas, prescribe en su artículo 151: *"[...] El (la) Gerente(a) General ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial, de su respectiva empresa y es responsable ante el Directorio por su"*

gestión administrativa, técnica y financiera. El (la) Gerente(a) General está facultado para realizar todos los actos y contratos necesarios para el cumplimiento de los fines de la empresa a su cargo”; y, en el artículo 198 del Capítulo VI de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, se registra la creación de la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico.

6.

Cláusula Segunda. - DOCUMENTOS DEL CONTRATO:

2.01.- Forman parte integrante del Contrato los siguientes documentos:

- a) Términos de Referencia.
- b) Certificación Presupuestaria
- c) Certificación Presupuestaria Futura
- d) Resolución Administrativa
- e) Base de Contratación Internacional
- f) Oferta Económica.
- g) Acta N° 1 Audiencia de Preguntas y Aclaraciones.
- h) Acta N° 2 Apertura de Ofertas.
- i) Acta N° 3 Acta de Calificación.
- j) Memorando
- k) Memorando
- l) Resolución Administrativa
- m) Garantía de Fiel Cumplimiento del Contrato.
- n) Los documentos que acreditan la capacidad de las partes para suscribir el contrato.

Cláusula Tercera. - INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO Y DEFINICIÓN DE TÉRMINOS:

3.1. Los términos del contrato se interpretarán en su sentido literal, a fin de revelar claramente la intención de los contratantes. En todo caso su interpretación sigue las siguientes normas:

- a. Cuando los términos están definidos en la normativa del Sistema Nacional de Contratación Pública o en este contrato, se atenderá su tenor literal.
- b. Si no están definidos se estará a lo dispuesto en el contrato en su sentido natural y obvio, de conformidad con el objeto contractual y la intención de los contratantes. De existir contradicciones entre el contrato y los documentos del mismo, prevalecerán las normas del contrato.
- c. El contexto servirá para ilustrar el sentido de cada una de sus partes, de manera que haya entre todas ellas la debida correspondencia y armonía.
- d. En su falta o insuficiencia se aplicarán las normas contenidas en el Título XIII del Libro IV de la Codificación del Código Civil, “De la Interpretación de los Contratos”.

Cláusula Cuarta. - OBJETO DEL CONTRATO:

Servicio de relaciones públicas y representación

Cláusula Quinta. – OBJETIVOS GENERALES:

Promocionar el destino Quito y sus atractivos turísticos frente a los mercados internacionales con acciones dirigidas a la industria turística, prensa especializada y consumidor final.

Cláusula Sexta. - ALCANCE:

Cláusula Séptima. – METODOLOGÍA DE TRABAJO:

Cláusula Novena. – SERVICIOS ESPERADOS

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

Cláusula Décima. - PRECIO DEL CONTRATO

10.1.- El valor que LA CONTRATANTE pagará a LA CONTRATISTA es USD.... más IVA, de conformidad con la oferta presentada.

10.2.- Los precios acordados en el contrato, constituirán la única compensación reconocida a LA CONTRATISTA por todos sus costos, inclusive entre otros, cualquier impuesto, derecho o tasa que tuviese que pagar.

10.3.- En la liquidación del acta de entrega recepción, se evidenciarán los servicios efectivamente entregados y se cancelarán únicamente los recibidos a entera satisfacción de LA CONTRATANTE.

Cláusula Undécima. - FORMA Y CONDICIONES DE PAGO:

Los pagos se realizarán de acuerdo con los productos y servicios entregados, previo a la presentación de un informe de cumplimiento de actividades mensual o por períodos, que incluya soportes en digital e impreso, y la presentación del acta entrega recepción correspondiente, realizada por el administrador del contrato. Se deberá considerar todos los detalles mencionados en la Metodología de Trabajo de los Términos de Referencia y de la Cláusula Séptima del contrato.

11.2.- Los pagos del contrato se realizarán con cargo a los fondos propios provenientes del presupuesto de Quito Turismo.

11.3.- De los pagos que deba hacer, LA CONTRATANTE retendrá las multas que procedan, de acuerdo con el contrato.

11.4.- LA CONTRATISTA deberá presentar los documentos habilitantes requeridos para el pago.

11.5.- Pagos indebidos: LA CONTRATANTE se reserva el derecho de reclamar a LA CONTRATISTA, en cualquier tiempo, antes o después de la prestación del servicio, sobre cualquier pago indebido por error de cálculo o por cualquier otra razón, debidamente justificada, obligándose LA CONTRATISTA a satisfacer las reclamaciones que por este motivo llegare a plantear LA CONTRATANTE, reconociéndose el interés calculado a la tasa máxima del interés convencional, establecido por el Banco Central del Ecuador.

Cláusula Duodécima. - GARANTÍA

Con el fin de precautelar los intereses públicos LA CONTRATISTA deberá entregar la siguiente garantía:

Garantía de Fiel Cumplimiento del Contrato.- Esta garantía deberá garantizar el objeto contractual y el cumplimiento de las obligaciones; y, será ejecutable por el cumplimiento de uno de los productos del contrato por causas imputables a la CONTRATISTA; cuando las multas excedan el 5% del monto total del contrato.

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

Cláusula Décima Tercera. - MULTAS

13.1.- Con el fin de precautelar los intereses públicos y garantizar el objeto contractual, las multas se impondrán por cada día de retardo en la ejecución de las obligaciones contractuales por parte del Contratista, así como por el incumplimiento de las demás obligaciones contractuales.

13.2.- Por cada día de retraso en la ejecución o incumplimiento de las obligaciones contractuales, imputables a LA CONTRATISTA se aplicará la multa diaria del 1 por 1000, sobre el porcentaje y obligaciones que se encuentren pendientes de ejecutarse.

13.3.- En todos los casos, las multas serán impuestas por la ADMINISTRADORA DEL CONTRATO, quien establecerá el incumplimiento, fechas y montos.

13.4.- Si el valor de las multas excede el 5% del monto total del contrato, Quito Turismo podrá darlo por terminado anticipada y unilateralmente. Las multas impuestas no serán revisadas ni devueltas por ningún concepto.

13.5.- LA CONTRATANTE queda autorizada por LA CONTRATISTA para que haga efectiva la multa impuesta previo informe de la Administradora del Contrato.

Cláusula Décima Cuarta. - PLAZO Y VIGENCIA:

El plazo de ejecución del servicio será de 21 meses contados desde la suscripción del contrato.

Cláusula Décima Quinta. - PRÓRROGAS DE PLAZO

15.1.- La prórroga de plazo procederá cuando LA CONTRATISTA así lo solicitare, por escrito, justificando los fundamentos de la solicitud, dentro del plazo de quince días siguientes a la fecha de producido el hecho, siempre que este se haya producido por motivos de fuerza mayor o caso fortuito aceptado como tal por la máxima autoridad de la entidad CONTRATANTE o su delegado, previo informe del ADMINISTRADOR DEL CONTRATO. Tan pronto desaparezca la causa de fuerza mayor o caso fortuito, LA CONTRATISTA está obligada a continuar con la ejecución del contrato, sin necesidad de que medie notificación por parte del ADMINISTRADOR DEL CONTRATO para reanudarlo.

15.2.- Por suspensiones en la ejecución del contrato, motivadas por LA CONTRATANTE u ordenadas por ella y que no se deban a causas imputables a LA CONTRATISTA.

15.3.- Si LA CONTRATANTE no hubiera solucionado los problemas administrativos-contractuales en forma oportuna, cuando tales circunstancias incidan en la ejecución del trabajo.

15.4.- En casos de prórroga de plazo, las partes elaborarán un nuevo cronograma, que, suscrito por los administradores de contrato, sustituirá al original o precedente y tendrá el mismo valor contractual del sustituido. Y en tal caso se requerirá la autorización de la máxima autoridad de LA CONTRATANTE, previo informe del ADMINISTRADOR DEL CONTRATO.

Cláusula Décima Sexta. - DEL REAJUSTE DE PRECIOS

16.1.- Por la naturaleza de la contratación, no existirá por ningún motivo reajuste de precios.

16.2.- De esta manera, y conforme lo dispuesto en el artículo 131 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, LA CONTRATISTA renuncia a cualquier

reajuste de precios dentro de la ejecución del contrato y a cualquier reclamo que tuviere referente al mismo.

Cláusula Décima Séptima. - CESIÓN DE CONTRATOS Y SUBCONTRATACIÓN

17.1.- LA CONTRATISTA no podrá ceder, asignar o transferir en forma alguna ni todo ni parte de este Contrato; sin embargo, podrá subcontratar la ejecución de las obligaciones contractuales, previa autorización de QUITO TURISMO, conforme a la normativa legal vigente.

17.2.- LA CONTRATISTA será la única responsable ante QUITO TURISMO por los actos u omisiones de sus subcontratistas y de las personas directa o indirectamente empleadas por ellos.

Cláusula Décima Octava. - OBLIGACIONES DE LAS PARTES

18.1.- OBLIGACIONES DE LA CONTRATISTA

- Dar cumplimiento y ejecución a los servicios y/o productos contratados de acuerdo con los requerimientos detallados en los términos de referencia y bases de contratación internacional.
- La Contratista 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.
- **La Contratista deberá cancelar los servicios prestados, previo al pago que Quito Turismo realice, por tanto, deberá contar con capacidad de financiamiento y solvencia.**

18.2.- OBLIGACIONES DE LA 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 de campaña para el procedimiento de los pagos parciales correspondientes.
- Quito Turismo no asume gastos no estipulados en los términos de referencia y bases de contratación internacional.

Cláusula Décima Novena. - OTRAS OBLIGACIONES DE LA CONTRATISTA

A más de las obligaciones señaladas LA CONTRATISTA deberá observar las siguientes:

19.1.- LA CONTRATISTA se compromete a ejecutar el contrato derivado del procedimiento de contratación tramitado, sobre la base de los términos de referencia bases de contratación internacional elaborados por la CONTRATANTE y que fueron conocidos en la etapa precontractual; y en tal virtud, no podrá aducir error, falencia o cualquier inconformidad con los mismos, como causal para solicitar ampliación del plazo, o contratos complementarios. La ampliación del plazo, o contratos complementarios podrán tramitarse solo si fueren aprobados por la administración.

19.2.- LA CONTRATISTA se compromete durante la ejecución del contrato, a facilitar a las personas designadas por la CONTRATANTE, toda la información y documentación que éstas soliciten para disponer de un pleno conocimiento técnico relacionado con la ejecución del contrato, así como de los eventuales problemas técnicos que puedan plantearse y de las tecnologías, métodos y herramientas utilizadas para resolverlos.

Los delegados o responsables técnicos de la entidad CONTRATANTE, como el administrador del contrato, deberán tener el conocimiento suficiente de la ejecución del contrato, así como la eventual realización de ulteriores desarrollos. Para el efecto, LA CONTRATISTA se compromete durante el tiempo de ejecución contractual, a facilitar a las personas designadas por la entidad CONTRATANTE toda la información y documentación que le sea requerida, relacionada y/o atinente al desarrollo y ejecución del contrato.

19.3.- LA CONTRATISTA está obligada a cumplir con cualquiera otra obligación que se derive natural y legalmente del objeto del contrato y sea exigible por constar en cualquier documento del mismo o en norma legal específicamente aplicable de ser el caso.

Cláusula Vigésima.- RECEPCIONES PARCIALES Y RECEPCIÓN DEFINITIVA:

20.1.- Las recepciones parciales de los servicios objeto del presente contrato, se realizarán a entera satisfacción de QUITO TURISMO, para lo cual será necesaria la suscripción mensual de las respectivas Actas de Entrega Recepción Parcial, previo informe favorable de la ADMINISTRADORA DEL CONTRATO, en los términos del artículo 124 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

20.2.- La recepción definitiva de los servicios objeto del presente contrato, se realizará a entera satisfacción de QUITO TURISMO, para lo cual será necesaria la suscripción del Acta de Entrega Recepción Definitiva, previo informe favorable de la ADMINISTRADORA DEL CONTRATO, en los términos del artículo 124 del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

20.3.- La liquidación final del contrato suscrito entre las partes conforme a lo previsto por el artículo 125 del Reglamento de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

20.4.- Queda expresamente establecido que constituye obligación de la CONTRATISTA ejecutar el contrato conforme a los términos de referencia y bases de contratación internacional.

Cláusula Vigésima Primera. - CONTRATOS COMPLEMENTARIOS Y ADENDAS

21.1.- Por causas justificadas, las partes podrán firmar contratos complementarios, de conformidad con lo establecido en los artículos 85 y 87 de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, y en el Reglamento, en un plazo de 5 días calendario.

21.2.- Podrán realizarse adendas al presente contrato, sea como resultado de las modificaciones acordadas, o para complementar los productos o servicios, siempre que las mismas no constituyan una alteración al objeto de contratación, y cuyo presupuesto no supere el 8% del valor total del contrato.

Cláusula Vigésima Segunda. - RECEPCIONES PARCIALES Y RECEPCIÓN DEFINITIVA:

22.1.- Las recepciones parciales de los servicios objeto del presente contrato, se realizarán a entera satisfacción de QUITO TURISMO, para lo cual será necesaria la suscripción mensual de las respectivas

Actas de Entrega Recepción Parcial, previo informe favorable del Administrador del Contrato, en los términos del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

22.2.- La recepción definitiva de los servicios objeto del presente contrato, se realizará a entera satisfacción de QUITO TURISMO, para lo cual será necesaria la suscripción del Acta de Entrega Recepción Definitiva, previo informe favorable del Administrador del Contrato, en los términos del Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

22.3.- La liquidación final del contrato suscrito entre las partes conforme a lo previsto por el Reglamento de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

Cláusula Vigésima Tercera. - TRIBUTOS, RETENCIONES Y GASTOS

23.1 LA CONTRATANTE efectuará a la CONTRATISTA las retenciones que dispongan las leyes tributarias, conforme la legislación tributaria vigente.

LA CONTRATANTE retendrá el valor de los descuentos que el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social ordenare y que corresponda a mora patronal, por obligaciones con el Seguro Social provenientes de servicios personales para la ejecución del contrato de acuerdo a la Ley de Seguridad Social.

23.2 Es de cuenta de la CONTRATISTA el pago de los gastos notariales, de las copias certificadas del contrato y los documentos que deban ser protocolizados en caso de que sea necesario. En dicho caso, LA CONTRATISTA entregará a LA CONTRATANTE hasta dos copias del contrato, debidamente protocolizadas. En caso de terminación por mutuo acuerdo, el pago de los derechos notariales y el de las copias será de cuenta de LA CONTRATISTA.

Cláusula Vigésima Cuarta. - DE LA ADMINISTRACIÓN Y REPRESENTACIÓN EN EL ECUADOR

24.1.- LA CONTRATANTE designa al Coordinador de Promoción como ADMINISTRADOR DEL CONTRATO, quien deberá atenerse a términos de referencia y bases de contratación internacional que forman parte del presente contrato y la oferta presentada y calificada. En atención a lo dispuesto en el Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, el ADMINISTRADOR DEL CONTRATO velará por el cabal y oportuno cumplimiento de todas y cada una de las obligaciones derivadas del contrato. Adoptará las acciones necesarias para evitar retrasos injustificados e impondrá las multas y sanciones a que hubiere lugar.

24.2.- Es responsabilidad del ADMINISTRADOR DEL CONTRATO el emitir los informes de satisfacción correspondientes y suscribir las Actas de Entrega Recepción parciales y definitiva de ser el caso a las que hubiere lugar, conforme lo dispone el Reglamento General de la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública.

De la misma manera, en caso de presentarse inconvenientes en la ejecución contractual, informará oportunamente a la Gerencia General de Quito Turismo para tomar los correctivos que fueran necesarios.

24.4.- La empresa designa como representante en el Ecuador al señor ... quien será la persona encargada de mantener relaciones en cuanto a la ejecución contractual con QUITO TURISMO, conforme el documento que se adjunta al presente como habilitante, así como será el encargado

de solventar cualquier controversia que surja en atención a la Cláusula de Solución de Controversias del presente instrumento.

LA CONTRATISTA a través de su representante proporcionará a la Administradora del Contrato la información que requiera, así como las confirmaciones de todas las actividades, operaciones y transacciones relacionadas al contrato que mantengan o haya efectuado LA CONTRATISTA.

24.5. – Tanto Quito Turismo, pueden cambiar de Administrador de Contrato o representante, respectivamente, sin que ello implique modificación del texto contractual, para lo cual será necesario únicamente cursar una comunicación a la otra parte. En el caso de no cumplirse con la comunicación citada, por cada día de retraso por parte de LA CONTRATISTA, se aplicará lo dispuesto en la Cláusula Décima Tercera del presente contrato.

Cláusula Vigésima Quinta.- TERMINACIÓN DEL CONTRATO

25.1.- Terminación del contrato.- El contrato termina por las siguientes causas:

1. Por cumplimiento de las obligaciones contractuales;
2. Por mutuo acuerdo de las partes;
3. Por sentencia o laudo ejecutoriados que declaren la nulidad del contrato o la resolución del mismo a pedido de LA CONTRATISTA o de la CONTRATANTE;
4. Por declaración unilateral del contratante, en caso de incumplimiento del contratista; y,
5. Por muerte del contratista o por disolución de la persona jurídica contratista que no se origine en decisión interna voluntaria de los órganos competentes de tal persona jurídica.

25.2.- Terminación unilateral del contrato.- El contrato termina por las siguientes causas:

1. Por incumplimiento de LA CONTRATISTA;
2. Por quiebra o insolvencia de LA CONTRATISTA;
3. Si el valor de las multas supera el monto de la garantía de fiel cumplimiento del contrato;
4. Por suspensión de los trabajos, por decisión del contratista, por más de sesenta (60) días, sin que medie fuerza mayor o caso fortuito;
5. Por haberse celebrado contratos contra expresa prohibición de esta Ley;
6. En los demás casos estipulados en el contrato, de acuerdo con su naturaleza;
7. La Entidad Contratante también podrá declarar terminado anticipada y unilateralmente el contrato cuando, ante circunstancias técnicas o económicas imprevistas o de caso fortuito o fuerza mayor, debidamente comprobadas, el contratista no hubiere accedido a terminar de mutuo acuerdo el contrato. En este caso, no se ejecutará la garantía de fiel cumplimiento del contrato ni se inscribirá al contratista como incumplido; y,
8. Incumplimiento de la cláusula de confidencialidad.

25.3.- El procedimiento a seguirse para la terminación unilateral del contrato será el siguiente:

Notificación y Trámite.- Antes de proceder a la terminación unilateral, la Entidad Contratante notificará a LA CONTRATISTA, con la anticipación de diez (10) días término, sobre su decisión de terminarlo unilateralmente. Junto con la notificación, se remitirán los informes técnico y económico, referentes al cumplimiento de las obligaciones de la Entidad Contratante y de LA CONTRATISTA. La notificación señalará específicamente el incumplimiento o mora en que ha incurrido LA CONTRATISTA de acuerdo al artículo anterior y le advertirá que de no remediarlo en el término señalado, se dará por terminado unilateralmente el contrato.

Si LA CONTRATISTA no justificare la mora o no remediare el incumplimiento, en el término concedido, la Entidad Contratante podrá dar por terminado unilateralmente el contrato, mediante resolución de la máxima autoridad de la Entidad Contratante, que se comunicará por escrito al contratista y se publicará en el portal institucional del Servicio Nacional de Contratación Pública SERCOP. La resolución de terminación unilateral no se suspenderá por la interposición de reclamos o recursos administrativos, demandas contencioso administrativas, arbitrales o de cualquier tipo o de acciones de amparo de parte del contratista. Tampoco se admitirá acciones constitucionales contra las resoluciones de terminación unilateral del contrato, porque se tienen mecanismos de defensas adecuados y eficaces para proteger los derechos derivados de tales resoluciones, previstos en la Ley.

Los contratistas no podrán aducir que la Entidad Contratante está en mora del cumplimiento de sus obligaciones económicas en el caso de que el anticipo que les fuere entregado en virtud del contrato no se encontrare totalmente amortizado. La forma de calcular la amortización del anticipo constará en el Reglamento respectivo.

Solo se aducirá mora en el cumplimiento de las obligaciones económicas de la Entidad Contratante cuando esté amortizado totalmente el anticipo entregado al contratista, y éste mantenga obligaciones económicas pendientes de pago.

La declaración unilateral de terminación del contrato dará derecho a la Entidad Contratante a establecer el avance físico de las obras, bienes o servicios, su liquidación financiera y contable, a ejecutar las garantías de fiel cumplimiento y, si fuere del caso, en la parte que corresponda, la garantía por el anticipo entregado debidamente reajustados hasta la fecha de terminación del contrato, teniendo el contratista el plazo término de diez (10) días para realizar el pago respectivo. Si vencido el término señalado no efectúa el pago, deberá cancelar el valor de la liquidación más los intereses fijados por el Directorio del Banco Central del Ecuador, los que se calcularán hasta la fecha efectiva del pago.

La Entidad Contratante también tendrá derecho a demandar la indemnización de los daños y perjuicios, a que haya lugar.

Una vez declarada la terminación unilateral, la Entidad Contratante podrá volver a contratar inmediatamente el objeto del contrato que fue terminado, de manera directa, de conformidad con el procedimiento que se establezca en el reglamento de aplicación de esta Ley.

25.4.- La declaratoria de terminación unilateral y anticipada del contrato no se suspenderá por la interposición de reclamos o recursos administrativos, demandas contencioso administrativas, arbitrales o de cualquier tipo de parte de LA CONTRATISTA.

Cláusula Vigésima Sexta.- SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

26.1.- En casos de existir controversias derivadas de la ejecución, y/o interpretación del contrato, se deberá acudir de manera residual a las vías enumeradas a continuación, en el siguiente orden de prelación:

1.- La primera instancia de decisión será una comisión técnica integrada por 2 delegados de ambas partes; la cual deberá conformarse en un lapso no mayor a 2 días de surgida la controversia, y que deberá emitir una decisión en un término no mayor a 5 días.

2.- Si, en esta misma comisión no se llegó a un acuerdo total, o si solo se llegó a un acuerdo parcial, la segunda instancia de decisión, para someter la controversia persistente, se solucionará en el Centro de Mediación de la Procuraduría General del Estado, acorde con el procedimiento establecido por este centro.

3.- Si en la instancia mencionada en el número 2 de esta cláusula, no se encontró solución total o parcial, la controversia persistente deberá ser resuelta por la jurisdicción contenciosa administrativa, en la ciudad de Quito.

26.2.- La legislación aplicable a este Contrato es la ecuatoriana, en consecuencia, las partes acuerdan someterse a la jurisdicción del Tribunal Distrital Contencioso Administrativo con sede en Quito. Si LA CONTRATISTA incumpliere este compromiso, Quito Turismo podrá dar por terminado unilateralmente el contrato y hacer efectiva la garantía.

Cláusula Vigésima Séptima.- CONFIDENCIALIDAD:

27.1.- Las partes se comprometen a mantener absoluta y debida reserva respecto de la información que se intercambie en el presente Contrato y que para el efecto sea expresamente considerado como confidencial por las partes e incluso para el personal a cargo de cada institución.

La información proporcionada por Quito Turismo será utilizada por LA CONTRATISTA exclusivamente dentro de los términos que se le autorice.

En materia de Signos Distintivos, cada parte se reserva el derecho de autorizar el uso del signo distintivo de su titularidad para cualquier uso amparado bajo el presente instrumento.

En caso de que, determinado el programa, proyecto o actividad, involucrare la creación de un signo distintivo conjunto, las partes acordarán los mecanismos para su registro, uso, explotación mantenimiento y gestión mediante documento escrito.

27.2.- La violación de esta cláusula será motivo de terminación unilateral del contrato.

Cláusula Vigésima Octava.- COMUNICACIONES ENTRE LAS PARTES

28.1 Todas las comunicaciones relativas al contrato, sin excepción, entre las partes, serán formuladas por escrito y en idioma castellano a la ADMINISTRADORA DEL CONTRATO o a través de medios electrónicos o cualquier otro medio de comunicación, de ser pertinente.

Cláusula Vigésima Novena.- DOMICILIO

29.1.- Para todos los efectos de este contrato, las partes convienen en señalar su domicilio en la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano y en Madrid, España.

29.2.- Para efectos de comunicación o notificaciones, las partes señalan como su dirección, las siguientes:

LA CONTRATANTE:

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico -
Quito Turismo-
Rubén Lara
Pasaje Oe3G Río Amazonas y Calle N50B
Teléfono: 022993300
rlara@quito-turismo.gob.ec

LA CONTRATISTA:

Cláusula Trigésima.- ACEPTACIÓN DE LAS PARTES:

30.1.- Las partes libre, voluntaria y expresamente declaran que, conocen y aceptan el texto íntegro del Contrato que están suscribiendo.

30.2.- De forma libre y voluntaria, las partes expresamente declaran su aceptación a todo lo convenido en el presente contrato y se someten a sus estipulaciones; por lo tanto, su ejecución se instrumentará en el sentido que asegure el cumplimiento del objeto y los servicios establecidos contractualmente.

Para constancia de lo acordado y en fe de aceptación, las partes suscriben cuatro ejemplares del contrato con igual tenor y valor.

Quito,

**GERENTE GENERAL
EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE
GESTIÓN DE DESTINO TURÍSTICO
-QUITO TURISMO-**

REPRESENTANTE LEGAL