

## INFORME TÉCNICO DE NECESIDAD

### CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y LA EJECUCIÓN DE ACCIONES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO ECUADOR DIRIGIDO A LOS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ

Quito, 02 de marzo de 2022

#### 1. ANTECEDENTES

##### 1.1 De la Constitución de la República

El numeral 1 del artículo 154 de la Constitución de la República del Ecuador, establece: "(...) a las ministras y ministros de Estado, además de las atribuciones establecidas en la ley, les corresponde:

1. *Ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo y expedir los acuerdos y resoluciones administrativas que requiera su gestión (...)*".

La Constitución ut supra en su artículo 226 dispone: "*Las instituciones del Estado, sus organismos, dependencias, las servidoras o servidores públicos que actúen en virtud de una potestad estatal ejercerán solamente las competencias y facultades que les 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 (...)*".

El artículo 227 de la Carta Magna establece: "*La administración pública constituye un servicio a la colectividad que se rige por los principios de eficacia, eficiencia, calidad, jerarquía, desconcentración, descentralización, coordinación, participación, planificación, transparencia y evaluación (...)*".

La Norma suprema en su artículo 383, establece que: "*Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.*".

##### 1.2 De la Ley de Turismo

El artículo 15 de la Ley de Turismo, señala: "*El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, dirigido por el Ministro quién tendrá entre otras las siguientes atribuciones: (...) 7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades. (...)*".

Mediante Decreto Ejecutivo Nro. 259 de 30 de marzo del 2000, publicado en el Registro Oficial No. 51 de 05 de abril de 2000, se individualizó el funcionamiento de las áreas de turismo y ambiente otorgándoles total independencia jurídica, financiera y administrativa, dejándolos como Ministerio de Turismo y Ministerio de Ambiente, respectivamente;

De conformidad con lo establecido en el literal a), del Artículo 4; y, el numeral 2 del Artículo 15 de la Ley de Turismo, al MINTUR, entre otras competencias, le corresponde:

*“Art. 4.-La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:*

*a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo” (...).*

*“Art. 15.-El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:*

*2 Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país”.*

### **1.3 Del Ministerio de Turismo**

De acuerdo al Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos, reformado mediante Acuerdo Ministerial No. 2020-014, del 8 de junio de 2020, establece que:

La Subsecretaría de Promoción, tiene como misión *“Dirigir y coordinar las acciones estratégicas de promoción del destino Ecuador, a través, de la producción de material comunicacional, promocional, publicitario, análisis de contenidos filmicos, con el fin de consolidar al país como una potencia turística a nivel nacional e internacional.”*

A su vez, está la Dirección de Promoción y Mercadeo que tiene como misión la de *“Desarrollar y coordinar las acciones estratégicas de promoción del Ecuador, sus atractivos y productos, a través de acciones publicitarias y de mercadeo, con el fin de posicionar al país como destino turístico sostenible, competitivo e inclusivo a nivel nacional e internacional”.*

Mediante Decreto Ejecutivo N.- 20, el Presidente Constitucional de la República en el Art. 1 designó al señor Niels Anthonez Olsen Peet como Ministro de Turismo.

### **1.4 Del Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025**

El Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025 se organiza en cinco ejes programáticos: Económico, Social, Seguridad Integral, Transición Ecológica e Institucional. En ese marco, este instrumento busca implementar soluciones reales a los problemas de las personas, enmarcados en

estos principios, como un paso para transformar al Ecuador en una nación próspera y con oportunidades para todos.

**Gráfico 1:** Ejes Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025



**Fuente:** Plan de Creación de Oportunidades 2021 - 2025

Dentro del Eje Económico, el turismo es una fuente importante de divisas y tiene el potencial de generar nuevos ingresos para nuestra economía. En el año 2020 el sector turístico registró una fuerte reducción del número de viajes personales a raíz de la pandemia. Por lo tanto, el avance del proceso de vacunación global y del Ecuador es fundamental para la recuperación del sector.

Dentro de los objetivos del eje económico está:

Objetivo 2. Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.

En cuanto al turismo:

### Políticas

2.3. Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional.

### Lineamiento Territorial

E10. Fomentar emprendimientos e iniciativas turísticas que permitan el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad.

### Metas al 2025

2.3.1. Aumentar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD 704,67 millones a USD 2.434,60 millones.

2.3.2. Incrementar las llegadas de extranjeros no residentes al país de 468.894 en 2020 a 2.000.000 en 2025.

2.3.3. Aumentar el empleo en las principales actividades turísticas de 460.498 a 495.820.

**Gráfico 2:** Vinculación del Turismo con el Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025



**Fuente:** Plan de Creación de Oportunidades 2021 - 2025

### 1.5 Plan Institucional del Ministerio de Turismo 2021-2025

Con Resolución Nro. 2021-091, de 28 de diciembre de 2021, el Señor Ministro de Turismo resuelve “Aprobar, de conformidad al oficio Nro. SNP-SPN-2021-1041-OF, de 08 de diciembre 2021, el Plan Institucional 2021- 2025 del Ministerio de Turismo (...)”.

Según el Plan Institucional del Ministerio de Turismo 2021- 2025, esta cartera de Estado tiene la misión de *“Convertir al Ecuador en un destino sostenible y competitivo, líder en Latinoamérica en un nuevo modo de hacer turismo, más natural, más sostenible, más inclusivo y sobre todo, más beneficioso tanto para turistas como para comunidades residentes, garantizando en todo momento la protección del ambiente, las poblaciones locales y del turista como consumidor”* junto a la visión de *“Convertir a Ecuador en el destino turístico pionero en Latinoamérica en la nueva era del turismo”* y uno de los principios estratégicos destacan:

- *“Sostenible y Responsable: El Ministerio de Turismo basa su estrategia en un enfoque amplio de la sostenibilidad turística, entendida como la responsabilidad asumida de minimizar los impactos negativos del turismo y amplificar y extender las oportunidades y los impactos positivos para la industria, los territorios, las poblaciones y los visitantes, a través de un uso responsable del potencial turístico del país. El Ministerio fomentará el turismo sostenible y responsable entre todos los actores a través del fortalecimiento y diversificación de un portafolio de productos y destinos sostenibles de alta calidad.*
- *Articulado en el territorio desde el mercado: Estimular las condiciones favorables que impulsen el turismo sostenible como fuente de generación de divisas en el caso del turismo receptivo y fortalecimiento y redistribución de rentas territoriales en el caso del turismo*

*doméstico, asegurando que las oportunidades de generación de empleo y riqueza se extienden a toda la población sin ningún tipo de discriminación y priorizando la focalización territorial con un enfoque de cooperación en clúster, circuitos o corredores a partir de las potencialidades locales y las prioridades de los mercados. (...).*

- *Basado en el Conocimiento: Decisiones basadas en el rigor técnico, datos confiables, inteligencia de mercados, y con objetivos e indicadores medibles y relevantes.*
- *Digital e innovador: Fomentar de manera activa la transformación digital de las empresas y servicios turísticos, con atención a las nuevas tendencias que ofrecen oportunidades para la diversificación del turismo sostenible y la mejora de su aporte a la competitividad de las empresas, la creación de empleo de calidad y la economía del Ecuador”.*

En este sentido, el Plan Institucional establece los siguientes objetivos estratégicos sustantivos:

*“Objetivo 1: Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo sostenible. Fortalecer la promoción en dichos mercados de manera continua e intensiva para visibilizar las oportunidades existentes en el país, a través de una promoción priorizada geográficamente y segmentada de acuerdo a preferencias y prioridades a partir del análisis estadístico, de mercados, perfiles y tendencias.*

*Objetivo 2: Incrementar y Diversificar el portafolio de productos y destinos sostenibles. De acuerdo al análisis de mercados y tendencias, el portafolio deberá fortalecerse y diversificarse innovando destinos y productos maduros e incorporando otros que satisfagan tendencias de demanda previamente identificadas y que contribuyan al fortalecimiento del turismo sostenible en el Ecuador y la distribución de sus beneficios en el territorio a través de la generación de empleo e ingresos.*

*Objetivo 3: Incrementar y fortalecer un entorno favorable a la inversión, la innovación y la gestión del turismo sostenible: El logro de los objetivos planteados en el Plan Nacional de Desarrollo depende de la mejora en la competitividad del sector, para lo que es necesario generar un entorno favorable en términos de incentivos, marco legal, trámites, pero sobre todo facilitar acceso a financiación, asistencia técnica y capacitación, entre otros. Este esfuerzo debe permitir a las empresas y destinos mejorar su atractividad de cara al mercado. El fortalecimiento de la colaboración privada y público privada será una prioridad, así como la coordinación interinstitucional que el Ministerio de Turismo deberá intensificar para lograr mejoras en todos los ámbitos de gestión que contribuyan a facilitar la competitividad de Ecuador y sus empresas como destino turístico.*

*Todo ello sustentado en una base de empresas y destinos que cumplen con las normativas aplicables y han realizado procesos de fortalecimiento de la sostenibilidad salubridad y calidad del destino turístico, y han incorporado procesos de innovación y digitalización a su gestión.*

*Objetivo 4: Fortalecer las capacidades institucionales. Corresponde al planteamiento de estrategias que permitan mejorar la parte operativa y de gestión institucional, a través del desarrollo del talento humano, del uso eficiente del presupuesto y de la eficiencia institucional de la entidad de una manera integral”*

A continuación se detallará las estrategias establecidas para el cumplimiento del **Objetivo 1.- Incrementar la promoción en mercados receptivos y domésticos favorables al turismo**

**sostenible.**

*EJE 1: Promoción priorizada y segmentada por emisores y por especialización, para trade y directo, receptivo y doméstico:*

*Estrategias:*

- *Estrategia de promoción trade receptivo*
- *Estrategia de promoción - Directo Receptivo*
- *Estrategia de promoción trade doméstico*
- *Estrategia de promoción Directo Doméstico*

*EJE 2: Generación de herramientas agregadoras de valor para la promoción y mercadeo del portafolio.*

*Estrategias:*

- *Estrategia de Marca País*
- *Estrategia Web*
- *Estrategia de mentorías receptivo*
- *Estrategia de mentorías doméstico*
- *Estrategia de generación de herramientas de promoción (ej. media kit, trade kit, video & storytelling)*

*EJE 3: Creación de un Sistema de Inteligencia Turística y Gestión del Conocimiento*

*Estrategias:*

- *Observatorio de turismo sostenible*
- *Generación y difusión de conocimiento*

## **1.6 Del Proyecto “Promoción para la reactivación turística 2022 – 2025”**

El Ministerio de Turismo, elaboró el Proyecto: "Promoción para la reactivación turística 2022 - 2025", a través de la Subsecretaría de Promoción, cuyo propósito es: "Incrementar las llegadas de turistas y los ingresos por gasto turístico en el Ecuador para contribuir a la reactivación, la creación de empleo y el cumplimiento de las metas del Plan Creando Oportunidades".

Mediante Oficio Nro. SNP-SPN-2021-1161-OF de 16 de diciembre de 2021, la Secretaría Nacional de Planificación informó a esta Cartera de Estado, la emisión del dictamen de prioridad al proyecto "Promoción para la reactivación turística del Ecuador" con CUP 165100000.0000.387216 por un monto total de USD 47.380.605,62 para el período 2022 - 2025.

Mediante Memorando Nro. MT-CGPGE-2021-0717-M de 17 de diciembre de 2021, la Coordinación General de Planificación y Gestión Estratégica informó a la Subsecretaría de Promoción sobre la **emisión del dictamen de prioridad al proyecto "Promoción para la reactivación turística del Ecuador"** y solicitó efectuar las gestiones que correspondan a objeto de ejecutar el presupuesto que

asigne el Ministerio de Economía y Finanzas al proyecto en mención en los ejercicios fiscales que correspondan, y en cumplimientos de los objetivos, indicadores y metas priorizados. (El énfasis me pertenece).

Los objetivos establecidos para el desarrollo del Proyecto de Inversión, son los siguientes:

### **Objetivo General**

Incrementar las llegadas de turistas y los ingresos por gasto turístico en el Ecuador para construir a la reactivación, la creación de empleo y el cumplimiento de las metas del Plan Creando Oportunidades.

### **Objetivos Específicos**

1. Incrementar las llegadas e ingresos por turismo mediante la implementación de una estrategia de promoción de Ecuador como destino turístico sostenible.
2. Fortalecer la promoción a través de la incorporación de productos y destinos innovadores al portafolio turístico.
3. Incrementar la conectividad para facilitar las llegadas de turistas mediante el desarrollo de acciones promocionales.
4. Promover inversiones turísticas en segmentos priorizados y de alto valor agregado mediante el desarrollo de estrategias promocionales, asistencia técnica y acompañamiento a potenciales inversionistas para lograr incrementar la atracción de turistas internacionales y la generación de ingresos.

### **Componente 1: Incrementar las llegadas e ingresos por turismo mediante la implementación de una estrategia de promoción de Ecuador como destino turístico sostenible.**

El turismo post-pandemia, buscará principalmente destinos con baja densidad, sin aglomeraciones, que faciliten y promuevan el contacto con la naturaleza, que ofrezcan experiencias innovadoras con inmersión cultural y enfoque en la biodiversidad.

Esto presenta un escenario indudablemente favorable para Ecuador. Capitalizar esta oportunidad va a requerir una presencia intensa y constante en los mercados internacionales para visibilizar la condición de Ecuador como el destino preferido de la nueva demanda turística post pandemia.

Esta situación nos define claramente los parámetros que deben ser la prioridad de la estrategia de inversión del MINTUR:

1. Incrementar la promoción internacional de manera segmentada, priorizada y consistente, para alcanzar niveles mayores de llegadas de turistas.
2. Fomentar la innovación en productos y destinos existentes y novedosos para adaptar la oferta a las prioridades de la nueva demanda y así incrementar la capacidad de atracción de nuevos segmentos de demanda y nuevos mercados.
3. Incrementar la estadía y el gasto promedio de los turistas fomentando la inversión en proyectos de alto valor agregado en segmentos de alto crecimiento de turismo internacional como el ecoturismo, generando inversión en infraestructuras turísticas que atraigan nuevos segmentos de demanda de alto valor agregado.

4. Mejora de la Conectividad para poder incrementar los volúmenes de pasajeros que arriba al Ecuador al incrementar las conexiones, destinos y frecuencias. Para ello es necesario trabajar en la promoción de destinos para generar demanda de tráfico, así como en promoción cooperada con las aerolíneas.

Para ello se requiere de una estrategia de promoción turística basada en inteligencia de mercados, que nos ayude a priorizar y segmentar para conseguir los mejores resultados.

Entre las acciones programadas con el componente 1 se detallan las siguientes actividades:

- **Ferias Internacionales:** Donde acuden compradores y vendedores por destinos o por nichos de mercado, para realizar ruedas de negocios, presentaciones, captación de nuevos clientes, etc. Cuando las ferias se realicen en Ecuador, el impacto es aún mayor por cuanto compradores y vendedores se dirigen al destino y con ellos se genera una experiencia única.
- **Road Shows:** Presentaciones de país a medios de comunicación e industria de países que son mercados seleccionados, en conjunto con el sector privado de Ecuador, de forma que se visibiliza de manera simultánea la cadena de distribución y el mercado directo.
- **Fam Trips:** Viajes de familiarización donde se invita a determinados operadores a que conozcan y experimenten un destino en concreto por razones de mercado, o bien en que se haya implementado innovación y se desee presentar al mercado, o que se trate de operadores que aún no venden destino Ecuador a los que se quiera dar a conocer.
- **Press Trips:** Invitaciones a medios de comunicación, generalistas o especializados, para, a través de reportajes, entrevistas, videos o notas, alcanzar al público directo masivo en los países de origen, lo que contribuye a su vez a generar interés hacia el país como destino turístico, que a su vez se canaliza vía agentes de viaje o comercialización directa.

## 1.7 Del Mercado Estados Unidos y Canadá

Estados Unidos, es el mercado turístico de mayor importancia para el Ecuador, de acuerdo al “Informe de Mercados Priorizados 2021”, realizado por la Dirección Inteligencia de Mercados del Ministerio de Turismo del Ecuador a Mayo del 2021, alcanzando el primer puesto con 4.14 puntos en el score de la metodología plantada. El país obtuvo el score más alto para el 2020 debido a que registra la calificación de 5 en las variables: Estudios históricos al 2020:

- Número de llegadas (En el 2019 Estados Unidos representó una cuota de mercado cercana al 20% respecto al total de llegadas internacionales que ingresaron al país.)
- Número de frecuencias de vuelos
- Relación de descensos vs. casos recuperados
- Porcentaje de personas vacunadas con dosis completa.



**Tabla N° 1: Puntuación principales mercados – Metodología 2021**

País	Score Final 2020	% Var (Residencia) Jul - Dic 2020	# Freq. Aérea/ semana	Relación Decesos vs. Recuperados	% Vacunados (Dosis Completa)	Score Final 2021
EE.UU	4.02	1.70	5.00	5.00	5.00	4.14
Colombia	2.53	5.00	1.25	4.31	0.13	2.64
Alemania	2.29	3.75	0.00	3.90	1.47	2.28
España	2.77	1.19	0.45	4.83	1.72	2.19
Reino Unido	2.30	0.86	0.00	3.62	1.72	1.70

Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados, MINTUR 2021

Adicional, en cuanto a conectividad aérea, existen 5 destinos dentro de Estados Unidos con conexión directa a Ecuador (Nueva York, Atlanta, Houston, Miami y Fort Lauderdale), con un total de 86 frecuencias semanales. Es el destino con más vuelos y frecuencias directas hacia Ecuador, esto representa una ventaja importante sobre el resto de nuestros mercados priorizados, ventaja que debe ser aprovechada para incrementar aún más el número de llegadas desde este mercado.

En cuanto al Mercado Canadá, según las estadísticas del Ministerio de Turismo publicadas en su página web entre el 2018 y el 2019, estuvo dentro de los 10 primeros emisores de viajeros al Ecuador, ocupando el noveno y el séptimo lugar, respectivamente. Esto no cambió con la pandemia, en el 2020 Canadá pasó a ocupar el quinto lugar de países emisores de viajeros al Ecuador, pese a que el gobierno canadiense impuso restricciones a los viajes fuera de ese país, estableciendo una cuarentena obligatoria a toda persona que ingrese a Canadá. Así mismo, la aerolínea Air Canadá dejó de volar directamente a Ecuador, lo que complicó la conectividad entre ambos países.

Sin embargo a esto, captar este potencial mercado es de suma importancia para Ecuador; según el último estudio de perfiles turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, en el 2017, el turista canadiense se caracteriza por tener una estadía promedio de 11 días, con un gasto promedio de \$869 por persona.

Finalmente, según las cifras que constan en el portal del Ministerio de Turismo, hasta el mes de enero del 2022, Estados Unidos y Canadá mantuvieron su posición de importancia de llegadas de turistas al Ecuador, ocupando el primero y séptimo lugar respectivamente.

## 2 JUSTIFICACIÓN

Con el objeto de implementar estrategias de promoción y comercialización para potenciar al Ecuador como un Destino Turístico y de Inversiones, es oportuno contar con los servicios de relaciones públicas y la ejecución de acciones de promoción y comercialización del Destino Ecuador con los principales actores de la industria turística en Estados Unidos y Canadá, ayudándonos a generar un vínculo cercano, una imagen positiva del destino y sobre todo crear una comunicación efectiva,

objetiva y recurrente de lo que el Ministerio de Turismo quiere informar a nivel internacional bajo el contexto actual.

Cabe recalcar que es importante la contratación de una empresa que se encargue de los servicios de relaciones públicas así como el de brindar soporte a los procesos promoción y comercialización de destinos y que tenga presencia y contactos en los mercados objetivo: Estados Unidos y Canadá, con un equipo de trabajo consolidado en esos países, ya que de esta manera se llegarán a ejecutar las actividades promocionales que el destino Ecuador necesita ante los principales actores turísticos de estos importantes mercados, siendo estos: Aerolíneas, Tour Operadores, Wholesalers, Agentes de Viajes, Inversionistas Turísticos, etc.

Dentro de las acciones planificadas a realizar están:

- Acciones de relacionamiento con sector Turístico de Estados Unidos y Canadá, el cual permita realizar el mantenimiento de empresas que venden actualmente Ecuador e identificar oportunidades de expansión de la oferta turística para incorporar nuevos productos, recuperar la comercialización del destino a aquellas empresas que tras la pandemia dejaron de vender el país y buscar potenciales empresas que no conocen Ecuador y que son un potencial comercializador.
- Relaciones públicas con medios de prensa especializados y de consumidor final, a los cuales podamos informar sobre el destino y, que, con sus publicaciones despierten el interés de potenciales viajeros hacia Ecuador y también de los potenciales actores de la cadena de comercialización (agentes de viaje, mayoristas, aerolíneas, etc.) que nos permita dar a conocer la oferta turística del país en el mundo y también nuestras sus buenas prácticas tanto a nivel de conservación como de sostenibilidad.
- Generar articulación con las asociaciones y gremios más importantes de Estados Unidos y Canadá para que a través de la ejecución de acciones de marketing conjuntas se logre llegar de manera directa a los miembros de estos grupos, considerando las siguientes características:

**Virtuoso, Signature y Ensemble:** Redes globales de viajes de turismo de lujo que son conformadas por compradores (mayoristas, minoristas, agentes de viaje, entre otros) y vendedores (Operadores en sitio, establecimientos turísticos, etc.) que han sido cuidadosamente seleccionados, previo a un riguroso análisis y calificación de su portafolio de servicios para que puedan formar parte de la red.

Tener presencia de Ecuador dentro de estas redes especializadas en turismo de lujo nos permitirá llegar a una red de vendedores de destino (mayoristas, minoristas y agentes de viaje) que a su vez tiene una red de clientes (potenciales viajeros con alto poder adquisitivo) para ofertar Ecuador como su próximo destino de vacaciones, con el objetivo de incrementar la participación de este segmento que nos permitirá elevar el gasto promedio y por ende generar mayores divisas por turismo para el país.

**ATTA (Adventure Travel Trade Association):** Asociación dedicada a la profesionalización y el crecimiento de la industria de viajes de aventura sostenible, en donde se encuentran

profesionales de turismo que potenciaran la llegada de turistas que buscan un destino para hacer actividades de aventura hacia el Ecuador.

Ecuador es conocido como un destino de naturaleza, contamos con una amplia oferta de aventura y ser parte de esta asociación nos permitirá colocar el producto Ecuador en la mirada de los compradores afiliados a ATTA, adicional participar de sus eventos comerciales como el Adventure Elevate y Adventure Week, significará para el Ecuador una exposición importante para posicionarnos como un destino preferente para el segmento de aventura.

**USTOA (United States Tour Operator Association):** Asociación profesional de Tour Operadores de Estados Unidos fundada en 1972. Mueven alrededor de 9,8 millones de viajeros anuales generando un volumen de ventas de alrededor de \$19 mil millones de dólares. Ser parte de esta asociación nos permitirá tener conexiones directas con los principales mayoristas de viajes del mercado Estados Unidos hacia el mundo con el objetivo de capturar el interés de la oferta turística de Ecuador en esta audiencia y aportar con el incremento de arribos internacionales al país y el incremento de las divisas generadas por turismo.

**ASTA (American Society of Travel Advisors):** Sociedad Estadounidense de Asesores de viajes, es la asociación de profesionales de viajes de Estados Unidos que incluye miembros como operadores de turismo, asesores y/o agentes de viajes, cruceros, hoteles, alquiler de vehículos, entre otros.

- Participación con costos preferenciales en ferias y eventos especializados de turismo, lo que contribuirá a tener una presencia consolidada del país ante el sector turístico de Estados Unidos y Canadá.

La participación en las ferias: Adventure Elevate, Rethink South America Travel Show, Virtuoso Travel Week, Signature Annual Meeting, USTOA Annual Conference and Marketplace así como IMEX las Vegas, significara una exposición importante del Destino Ecuador en espacios de congregación sin igual para obtener conocimiento, hacer networking, y concretar importes negociaciones con el trade internacional de viajes así como con los medios de comunicación.

Las siguientes son ferias que no forman parte de las membresías a las asociaciones descritas en el punto anterior:

**Rethink South America Travel Show:** Feria especializada en turismo que se llevará a cabo en Manhattan, Estados Unidos; en la versión del 2022 estará impulsada por LATAM Airlines, siendo la primera vez que en Estados Unidos se haga una feria dedicada exclusivamente a América del Sur, enviando un fuerte mensaje a este mercado de que los países de Sudamérica participantes se han vuelto más fuertes que nunca y están listos para hacer más negocios, por lo que la participación de Ecuador en esta feria es de vital importancia para poder ofertar nuestros productos y mostrarnos competitivos frente a nuestros principales competidores.

Adicional contaremos con la presencia del destino Ecuador en la revista digital Vamos de LATAM, misma que llega a 300.000 consumidores en Estados Unidos.

**IMEX las Vegas:** Es el máximo evento comercial de turismo de reuniones organizado en Estados Unidos, en donde están congregados potenciales compradores representantes de diferentes asociaciones, empresas y agencias organizadoras de eventos internacionales. La presencia de Ecuador en este importante evento junto a la industria de reuniones nacional, aportaran a potenciar al país con un destino de reuniones en Latinoamérica.

- Ejecución de Roadshows con los cuales junto a la industria turística ecuatoriana, se realicen visitas comerciales itinerantes en varias ciudades de Estados Unidos con el fin de realizar reuniones de trabajo con potenciales compradores de este mercado y darles a conocer los productos turísticos de Ecuador.
- Búsqueda, evaluación y selección de perfiles de agentes de viajes, tour operadores, medios de prensa especializados, influenciadores digitales en turismo con alcance en número de seguidores, relevancia en torno al contenido de la temática de sus producciones y resonancia en cuanto a las interacciones que produzcan, lo cual signifique oportunidades importantes de promoción para Ecuador, estos últimos ayudarán al aporte al Proyecto “Ecuador Film Residency”, programa para creadores de contenido de alta calidad, influyentes en los mercados de Estados Unidos y Canadá que aportaran a la promoción de Ecuador para así llegar al objetivo de lograr un alcance de 10 millones de pasajeros al 2025.

Adicional, coordinar y gestionar en sitio con los perfiles seleccionados los itinerarios de los viajes de familiarización y prensa hacia Ecuador, así como la ejecución y seguimiento de las actividades promocionales realizadas por estos en el destino.

### 3 OBJETO DE CONTRATACIÓN

Contratación de los servicios de Relaciones Públicas y la ejecución de acciones de Promoción y Comercialización del Destino Ecuador dirigido a los Mercados de Estados Unidos y Canadá

### 4 OBJETIVOS

#### 4.3 General

Promocionar y comercializar el Destino Ecuador en los mercados de Estados Unidos y Canadá, con la finalidad de posicionar al país como un destino turístico y contribuir a la reactivación del turismo.

#### 4.4 Específicos

- a) Promocionar el Destino Ecuador y sus atractivos turísticos ante la industria turística medios de prensa especializados y de consumidor final de los mercados de Estados Unidos y Canadá para capturar el interés de los potenciales viajeros de estos países hacia Ecuador.
- b) Posicionar a Ecuador como Destino Turístico sostenible, con un enfoque en turismo de naturaleza y aventura, gastronomía y cultura, ruralidad y comunitario que tenga un alto retorno ambiental,

económico y social con la finalidad de incrementar el arribo de extranjeros, el gasto y estadía promedio de los visitantes provenientes de Estados Unidos y Canadá.

- c) Crear espacios de comercialización entre la industria turística local (empresarios ecuatorianos) y los compradores internacionales (empresarios de USA y Canadá) para aportar con la reactivación económica.
- d) Participar en las ferias y eventos de promoción turística priorizados por el Ministerio de Turismo en los mercados de Estados Unidos y Canadá.
- e) Formar parte de gremios, asociaciones y redes de agentes de turismo más importantes de los mercados de Estados Unidos y Canadá para promocionar el destino y despertar el interés de viaje hacia Ecuador.

## 5 PRODUCTOS O SERVICIOS ESPERADOS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>SERVICIO 1: Acciones de relacionamiento comercial y promocional del Destino Ecuador</b>				
<b>Trade Partners (empresas de la industria turística):</b>	N/A	N/A	N/A	N/A
Mínimo 80 reuniones con miembros de la industria turística de Estados Unidos y Canadá para relacionamiento comercial del destino Ecuador de conformidad al plan aprobado por el Administrador del Contrato.	Número de reuniones	80		
Mínimo 8 presentaciones del destino Ecuador. Cada presentación de destino deberá contar con la asistencia de mínimo 15 participantes de la industria turística de Estados Unidos y Canadá.	Número de Presentaciones de destino	8		
Elaboración y envío de mínimo 4 newsletter en inglés y español (boletín informativo vía correo electrónico) a las bases de datos de la industria turística de al menos 4000 contactos de Estados Unidos y 1000 contactos de Canadá por cada Newsletter.	Número de Newsletters	4		
Organización, segmentación, clasificación y actualización de la base de datos del Trade Turístico de Estados Unidos y Canadá con la que cuenta el Ministerio de Turismo, en la que se incluyan los nuevos contactos de las acciones realizadas durante la contratación. (archivo base de datos en extensión .xlsx)	Base de datos	1		
<b>Trade Media (Medios de comunicación especializados en turismo):</b>	N/A	N/A	N/A	N/A

Redacción y distribución (vía correo electrónico) de mínimo 4 press release para alcanzar al menos 40 medios de prensa de Estados Unidos y al menos 10 de Canadá con información que el Ministerio de Turismo decida comunicar.	Número de Press Release	4		
Redacción y distribución de mínimo 16 contenidos estratégicos (Pitches) para alcanzar publicaciones del Destino Ecuador.	Número de contenidos estratégicos	16		
Obtención y seguimiento de mínimo 4 entrevistas a la Máxima Autoridad o a sus voceros oficiales, en donde se elabore una guía (preguntas y respuestas) para el desarrollo de las entrevistas, cuya audiencia comprobable sea de al menos 50 000 suscriptores.	Número de Entrevistas	4		
Obtención de mínimo 24 publicaciones del destino Ecuador, resultado de la ejecución de las entrevistas, envío del press realese y/o contenidos estratégicos.	Número de Publicaciones	24		
<b>Medios de prensa dirigidos al Consumidor Final:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
Redacción y distribución (vía correo electrónico) de mínimo 4 press release para alcanzar a medios de comunicación masivos y de alcance nacional en Estados Unidos y Canadá, con información que el Ministerio de Turismo decida comunicar.	Actualización Base de datos	4		
Redacción y distribución de mínimo 16 contenidos estratégicos (Pitches) para alcanzar publicaciones del Destino Ecuador.	Número de contenidos estratégicos	16		
Obtención y seguimiento de mínimo 4 entrevistas en medios de comunicación masivos impresos y/o digitales y de alcance nacional en Estados Unidos y Canadá a la Máxima Autoridad o a sus voceros oficiales, en donde se elabore una guía (preguntas y respuestas) para el desarrollo de las entrevistas.	Número de entrevistas	4		
Obtención de mínimo 24 publicaciones del destino Ecuador, resultado de la ejecución de las entrevistas, envío del press realese y/o contenidos estratégicos.	Número de Publicaciones	24		
<b>Otras acciones:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>

Servicio de traducción al idioma inglés de al menos 80 páginas que el Ministerio de Turismo necesite traducir. (Documentos, presentaciones, registros)	Número de traducciones realizadas	80		
Servicio de locuciones al idioma inglés del al menos 32 archivos que el Ministerio de Turismo necesite locutar. (Videos, audios).	Número de locuciones realizadas	32		
Desaduanización, almacenamiento y correcto mantenimiento del material promocional que enviará el Ministerio de Turismo al lugar en donde se encuentre domiciliada la oficina del proveedor.	Desaduanización, almacenamiento y mantenimiento	1		
Transporte, envío y distribución del material promocional de Ecuador en las 6 ferias y 2 Roadshows de acuerdo al plan de trabajo que será entregado por el proveedor y autorizado por el Administrador del Contrato.	Transporte, envío y distribución	1		
<b>SERVICIO 2: Acciones de Promoción con Redes de Agentes de Viajes de Virtuoso y Signature</b>				
<b>VIRTUOSO:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
Realizar la negociación y pago con Virtuoso para el acceso de Ecuador al Programa Estratégico de inmersión por 12 meses.	Certificado de membresía	1		
Gestión, ejecución y seguimiento de los beneficios que el Ministerio de Turismo tiene acceso por ser un miembro de Virtuoso conforme a los términos de referencia, durante el tiempo de duración del contrato.	Informe de ejecución de actividades	6		
<b>SIGNATURE:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
Realizar la negociación y pago con Signature para el acceso de Ecuador a su programa de miembros por 12 meses.	Certificado de membresía	1		
Gestión, ejecución y seguimiento de todos aquellos beneficios a los que el Ministerio de Turismo tendrá acceso por ser un miembro de Signature conforme a los términos de referencia, durante el tiempo de duración del contrato.	Informe de ejecución de actividades	6		
<b>SERVICIO 3: Ferias y eventos</b>				
Soporte y asistencia para la participación del Ministerio de Turismo del Ecuador en ferias y eventos de promoción turística, siendo estas:	N/A	N/A	N/A	N/A

<b>ATTA - ADVENTURE ELEVATE:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
Obtención, gestión y acceso a la membresía anual de ATTA.	Certificado de membresía	1		
Pago de Inscripción y/o registro de dos representantes del Ministerio de Turismo para participación del destino Ecuador en el evento.	Pago de inscripción y registro	1		
Mesa de trabajo tipo estándar para networking, que incluya al menos 4 sillas para atención de citas.	Estación de trabajo	1		
Brandeo del espacio destinado para la participación del destino Ecuador de acuerdo a las políticas de la feria. La propuesta del diseño del espacio y brandeo deberán ser aprobados por el Administrador del Contrato.	Brandeo de espacio	1		
Participación como sponsor (patrocinio) en activación del evento, de acuerdo a disponibilidad del organizador.	Pago de activación en evento	1		
Organización de la activación gastronómica y/o cultural de acuerdo a las características propias del evento en base a la propuesta creativa del proveedor.	Organización de activación	1		
Elaboración y coordinación de Agenda de citas para la Máxima Autoridad o su delegado.	Agenda de Citas	1		
Cobertura de medios y reporteria (entrevistas, fotografías y videos), de la presencia de la Máxima autoridad o su delegado en el evento.	Cobertura de medios y reportería	1		
<b>USTOA - ANNUAL CONFERENCE AND MARKETPLACE:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
Obtención, gestión y acceso a la Membresía anual de USTOA.	Pago de membresía	1		
Pago de inscripción y/o registro de dos representantes del Ministerio de Turismo para participación del Destino Ecuador en el evento.	Pago de inscripción y registro	1		
Participación como sponsor (patrocinio) en activación del evento, de acuerdo a disponibilidad del organizador.	Pago de activación en evento	1		
Organización de la activación gastronómica y/o cultural de acuerdo a las características propias del evento en base a la propuesta creativa del proveedor.	Organización de activación	1		



Elaboración y coordinación de Agenda de citas para la Máxima Autoridad o su delegado.	Agenda de Citas	1		
Cobertura de medios y reporteria (entrevistas, fotografías y videos), de la presencia de la Máxima autoridad o su delegado en el evento.	Cobertura de medios y reporteria	1		
<b>SIGNATURE ANNUAL MEETING:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
Pago de inscripción y/o registro de un representante del Ministerio de Turismo para participación del Destino Ecuador en el evento.	Pago de inscripción y registro	1		
Organización de la presentación del destino Ecuador, misma que se llevará a cabo en un panel de expositores asignado por el organizador del evento; la presentación debe incluir el Presentador y el documento que se utilizará para la exposición del país.	Organización de presentación de destino	1		
Elaboración y coordinación de Agenda de citas para la Máxima Autoridad o su delegado.	Agenda de Citas	1		
Cobertura de medios y reporteria (entrevistas, fotografías y videos), de la presencia de la Máxima autoridad o su delegado en el evento.	Cobertura de medios y reporteria	1		
<b>VIRTUOSO TRAVEL WEEK:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
Pago de inscripción y/o registro de 3 representantes del Ministerio de Turismo para la participación del Destino Ecuador en el evento.	Pago de inscripción y registro	1		
Participación como sponsor (patrocinio) en activación del evento, de acuerdo a disponibilidad del organizador.	Pago de activación en evento	1		
Organización de la activación gastronómica y/o cultural de acuerdo a las características propias del evento en base a la propuesta creativa del proveedor.	Organización de activación	1		
Elaboración y coordinación de Agenda de citas para la Máxima Autoridad o su delegado.	Agenda de Citas	1		
Cobertura de medios y reporteria (entrevistas, fotografías y videos), de la presencia de la Máxima autoridad o su delegado en el evento.	Cobertura de medios y reporteria	1		
<b>IMEX LAS VEGAS:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>

Registro y compra del espacio físico de 64 m2 para la participación del Destino Ecuador.	Metros cuadrados	64		
Registro y acceso para 9 agendas; para el Ministerio de Turismo y 8 co expositores de la industria turística de Ecuador.	Acceso a agenda de citas	9		
Construcción del stand que garanticen el correcto funcionamiento del mismo, de acuerdo a la propuesta creativa del proveedor, mismo que deberá contener:	Stand	1		
8 estaciones de trabajo para los co-expositores, con un compartimento con cerradura y su respectiva llave, con capacidad para 4 sillas por cada estación, con su respectivo cartel de identificación, cómoda, ambientada y colocada de forma que les permita privacidad entre los co-expositores.	Estaciones de trabajo	8		
1 counter que contenga espacio para colocar material promocional y 2 sillas altas para atención del Ministerio de Turismo, de acuerdo a la propuesta creativa del proveedor.	Counter de atención	1		
1 Sala de reuniones para atención de las citas de la máxima autoridad con capacidad para 6 personas, cómoda y ambientada según propuesta creativa del proveedor.	Sala de reuniones	1		
Montaje y desmontaje del stand.	Montaje y desmontaje	1		
Elaboración y coordinación de Agenda de citas para la Máxima Autoridad o su delegado.	Agenda de Citas	1		
Cobertura de medios y reporteria (entrevistas, fotografías y videos), de la presencia de la Máxima autoridad o su delegado en el evento.	Cobertura de medios y reportería	1		
<b>RETHINK SOUTH AMERICA TRAVEL SHOW:</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>	<b>N/A</b>
Registro y acceso para 5 agendas; para el Ministerio de Turismo y 4 co expositores de la industria turística de Ecuador.	Registro y acceso a agendas	5		
Construcción del stand que garantice el correcto funcionamiento del mismo, de acuerdo a la asignación de espacio del organizador del evento y a la propuesta creativa del proveedor, mismo que deberá	Stand	1		

contener:				
5 estaciones de trabajo para los co-expositores, con un compartimento con cerradura y su respectiva llave, con capacidad para 4 sillas por cada estación, con su respectivo cartel de identificación, cómoda, ambientada y colocada de forma que les permita privacidad entre los co-expositores.	Estación de trabajo	5		
Organización de la presentación del destino Ecuador, misma que se llevará a cabo en un panel de expositores asignado por el organizador del evento; la presentación debe incluir el Presentador que domine el idioma inglés y el documento que se utilizará para la exposición del país.	Organización de presentación de destino	1		
Presencia del destino Ecuador en la revista digital Vamos de LATAM.	Presencia del destino Ecuador	1		
Presencia del destino Ecuador en los espacios digitales y redes sociales del organizador del evento.	Presencia del destino Ecuador	1		
Elaboración y coordinación de Agenda de citas para la Máxima Autoridad o su delegado.	Agenda de Citas	1		
Cobertura de medios y reporteria (entrevistas, fotografías y videos), de la presencia de la Máxima autoridad o su delegado en el evento.	Cobertura de medios y reportería	1		
<b>SERVICIO 3: Afiliaciones</b>				
Pago de las membresías de Ensemble y ASTA en donde el proveedor se encargue además de realizar la ejecución y seguimiento de aquellos beneficios a los que el Ministerio de Turismo tendrá acceso por estas membresías.	Certificados de afiliaciones	2		
<b>SERVICIO 4: Roadshows</b>				
<b>Roadshow Costa Oeste:</b>	N/A	N/A	N/A	N/A
4 eventos itinerantes en donde se realicen presentaciones del destino Ecuador a miembros de la industria turística de Estados Unidos, segmentados y priorizados de acuerdo al plan de trabajo presentado por el proveedor y a la	N/A	N/A	N/A	N/A

aprobación del Administrador del contrato. Localidades sugeridas: Los Ángeles, San Francisco, San Diego, Seattle (Sujetas a cambio de localidad bajo propuesta del proveedor y aprobación final del Administrador del Contrato).				
<b>El formato de cada Evento deberá contener:</b>	N/A	N/A	N/A	N/A
Elegir un Venue (espacio físico) con características que generen atracción, localizado en un punto estratégico de la ciudad que sea de fácil acceso para el Trade Turístico convocado, con capacidad para al menos 60 asistentes.	Número de Venues totales	4		
Una presentación promocional del destino Ecuador que contenga texto, imágenes y video de las características del país para ser utilizada en los dos Roadshow; la estructura y contenidos serán aprobados por el Administrador del Contrato.	Número de archivos de presentación	1		
Un speaker (presentador) que realice la presentación de destino Ecuador en los eventos, que maneje el idioma inglés y tenga conocimiento del destino Ecuador.	Número de Speaker	1		
Insumos técnicos y logísticos que permitan realizar la presentación de destino y las sesiones B2B (uno a uno): mesas, sillas, pantalla gigante, micrófono, conexiones eléctricas, wifi y demás elementos necesarios para la correcta ejecución de las actividades programadas, para al menos 60 asistentes.	Número de insumos técnicos y logísticos por evento	4		
2 Degustaciones de comida típica ecuatoriana acorde a la hora del evento para los asistentes. Al menos 60 por cada evento, (Incluir todos los elementos necesarios para ejecutar el servicio).	Número de degustaciones de comida	480		
Convocatoria de al menos 30 empresas para los 4 eventos del trade turístico estadounidense.	Número de empresas convocadas	120		
Generación y organización de 2 Agendas de Citas para los 4 eventos del Ministerio de Turismo, que incluya: 1) Medios de prensa para entrevistas con la máxima autoridad de Ministerio de Turismo o su delegado.	Número de agenda de citas	8		

2) Trade Turístico estadounidense para que mantengan citas de negocios con Tour Operadores ecuatorianos asistentes como expositores, mediante Workshop.				
Workshop: Generación y organización de sesiones de negocio B2B (uno a uno) donde los empresarios turísticos ecuatorianos asistentes al evento como expositores, se encontrarán con los miembros de la industria turística de Estados Unidos.	Número de Workshop	4		
<b>Roadshow Costa Este:</b>	N/A	N/A	N/A	N/A
Al menos 4 eventos itinerantes en donde se realicen presentaciones del Destino Ecuador a miembros de la industria turística de Estados Unidos, segmentados y priorizados de acuerdo a la aprobación del Ministerio de Turismo. Ciudades sugeridas: Miami, Nueva York, Houston, Atlanta (Sujetas a cambio en trabajo con proveedor y aprobación final del Administrador del Contrato).	N/A	N/A	N/A	N/A
<b>Formato de cada Evento:</b>	N/A	N/A	N/A	N/A
Elegir un Venue (espacio físico) con características que generen atracción, localizado en un punto estratégico de la ciudad que sea de fácil acceso para el Trade Turístico convocado, con capacidad para al menos 60 asistentes.	Número de Venues totales	4		
Un speaker (presentador) que realice la presentación de Destino en los eventos, que maneje el idioma inglés y tenga conocimiento del destino Ecuador.	Número de Speaker	1		
Insumos técnicos y logísticos que permitan realizar la presentación de destino y las sesiones B2B (uno a uno): mesas, sillas, pantalla gigante, micrófono, conexiones eléctricas, wifi y demás elementos necesarios para la correcta ejecución de las actividades programadas, para al menos 60 asistentes.	Número de insumos técnicos y logísticos por evento	4		
2 Degustaciones de comida típica ecuatoriana acorde a la hora del evento para los asistentes. Al menos 60 por cada evento, (Incluir todos los elementos necesarios para ejecutar el servicio).	Número de degustaciones de comida	480		

Convocatoria de al menos 30 empresas para los 4 eventos del trade turístico estadounidense.	Número de empresas convocadas	120		
Generación y organización de 2 Agendas de Citas para los 4 eventos del Ministerio de Turismo, que incluya: 1) Medios de prensa para entrevistas con la máxima autoridad de Ministerio de Turismo o su delegado. 2) Trade Turístico estadounidense para que mantengan citas de negocios con Tour Operadores ecuatorianos asistentes como expositores, mediante Workshop.	Número de agenda de citas	8		
Workshop: Generación y organización de sesiones de negocio B2B (uno a uno) donde los empresarios turísticos ecuatorianos asistentes al evento como expositores, se encontrarán con los miembros de la industria turística de Estados Unidos.	Número de Workshop	4		
<b>SERVICIO 5: Viajes de familiarización al destino Ecuador</b>				
Búsqueda, evaluación y selección de 31 perfiles para: - 2 viajes grupales (10 pasajeros cada uno) de agentes de viajes y operadores turísticos - 6 medios de prensa y, - 5 influenciadores con 200 mil seguidores o más que signifiquen oportunidades importantes de promoción para Ecuador. Los perfiles serán aprobados por el Administrador del Contrato.	Número de perfiles seleccionados	31		
Coordinar con los perfiles seleccionados el itinerario de viaje hacia Ecuador, en el que se deberá contemplar el pago de los pasajes aéreos internacionales de los visitantes, así como la ejecución de las actividades contempladas dentro del formulario de aceptación de condiciones del Ministerio de Turismo.	Coordinación de itinerarios	31		
Monitoreo constante de las publicaciones del contenido creado durante el viaje a Ecuador de los perfiles seleccionados.	Informe de monitoreo de publicaciones	1		
<b>SERVICIO 6: Adventure Week</b>				

<p>Realizar la negociación y pago con ATTA para la ejecución del evento Adventure Week en Ecuador, mismo que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promoción del evento en los canales oficiales de ATTA.</li> <li>- Invitación a los miembros de la asociación para que se sumen al viaje de familiarización.</li> <li>- Equipo para documentar a través de fotos y videos el viaje de familiarización en Ecuador.</li> <li>- Acompañamiento en la ejecución de la rueda de negocios entre los miembros de ATTA y la industria turística ecuatoriana.</li> <li>- Seguimiento de resultados post evento.</li> </ul>	<p>Certificado de ejecución del evento</p>	<p>1</p>		
<p>Gestión, ejecución y seguimiento de los beneficios que el Ministerio de Turismo tiene acceso por al realizar el Adventure Week en Ecuador conforme a los términos de referencia.</p>	<p>Informe de ejecución de actividades</p>	<p>1</p>		

## 6 LUGAR DE ENTREGA DEL BIEN O SERVICIO:

Los servicios deberán ser provistos en:

1. Estados Unidos: Miami, Fort Lauderdale, Nueva York, Houston, Atlanta, San Francisco, Los Angeles, Boston, San Diego, Seattle, Eugene, Las Vegas.
2. Canadá: Toronto, Vancouver, Montreal, Ottawa.

Las ciudades en donde se proveerán los servicios, pueden ser sujetas a cambio de acuerdo a la ejecución propia del Contrato y a la vez deberán ser aprobadas por el Administrador del Contrato

## 7 CONCLUSIÓN

De acuerdo a los antecedentes antes descritos, se concluye que para alcanzar los objetivos institucionales y de reactivación para el turismo del Ecuador, es necesario realizar el proceso para la **“CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y LA EJECUCIÓN DE ACCIONES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO ECUADOR DIRIGIDO A LOS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ”**.

## 8 RECOMENDACIÓN

Por lo antes expuesto, se recomienda iniciar con los trámites y gestiones pertinentes para la **“CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS Y LA EJECUCIÓN DE ACCIONES DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL DESTINO ECUADOR DIRIGIDO A LOS MERCADOS DE ESTADOS UNIDOS Y CANADÁ”**.

## 9 FIRMAS DE RESPONSABILIDAD

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
María Eugenia López <b>Servidora Público 5</b>	Santiago Granda <b>Director de Promoción y Mercadeo</b>	Nathalia Ulloa <b>Subsecretaria de Promoción</b>