



FIDEICOMISO DE TURISMO DE LOS CABOS

BANCO SANTANDER MÉXICO, SOCIEDAD ANÓNIMA, INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE,
GRUPO FINANCIERO SANTANDER MÉXICO, EN SU CARÁCTER DE FIDUCIARIA DEL
FIDEICOMISO IRREVOCABLE DE INVERSIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y FUENTE DE PAGO PARA EL MUNICIPIO DE LOS CABOS.

ANEXO III. PROPUESTA ECONÓMICA

SERVICIOS DE PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.

Se evaluará la propuesta económica bajo criterios de menor precio del servicio y mayor rendimiento de la inversión publicitaria, de acuerdo con los montos propuestos por concepto de honorarios por la prestación de los servicios a que hace referencia de los numerales **D.1, D.2, D.3, D.5, D.6 y D.7**; así como, el valor propuesto de inversión publicitaria a que hace referencia el numeral D.4.

Los gastos y costos administrativos vinculados con el manejo de la cuenta, tales como equipo de oficina, material, telefonía, horas extras, asistencia a juntas, viáticos, visitas al cliente etc., deberán estar considerados en el precio del servicio, haciendo mención que **FITURCA** no estará obligado a pagar el costo de ningún servicio que no esté debidamente integrado en el **Plan de Trabajo** o las modificaciones que estén previamente acordadas y aprobadas por la Gerencia de Mercadotecnia.

Para este procedimiento, las cantidades numéricas serán a 2 decimales.

El tipo de contrato que se formalice al Licitante que resulte adjudicado será abierto, de conformidad con lo establecido en el Artículo 58 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, el presupuesto máximo es de **\$140'000,000.00 (CIENTO CUARENTA MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.)**, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado, conforme a la estimación de presupuesto por el Comité Técnico de **FITURCA**.

Para tal efecto los **LICITANTES** deberán presentar su propuesta económica considerando un presupuesto mínimo desglosado estimado para llevar a cabo las acciones y conceptos de servicios a considerar en el **Plan de Acción** a que hace referencia el numeral **C.1.**, del **Anexo II**, el cual no podrá representar un monto inferior al 40% del presupuesto máximo, sin que dicho monto exceda el presupuesto máximo referido en el párrafo anterior, esto último considerando que el monto mínimo de la propuesta tampoco podrá ser igual al monto del presupuesto máximo de la propuesta, bajo el entendido de que la modalidad del presente procedimiento de contratación tiene el carácter de abierto de conformidad con lo establecido en el Artículo 58 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.

Los **LICITANTES** deberán presentar en su propuesta de forma desglosada y diferenciada el precio de la prestación de los Servicios de Planeación y Compra de Medios en el mercado de Estados Unidos de América, para el destino Los Cabos, Baja California Sur, del valor de la inversión en Medios publicitarios, considerando que en caso de que el precio contenido en la propuesta que tenga una variación de un diez por ciento al ofertado respecto del que se observa como mediana en la investigación o en su defecto, el promedio de las ofertas presentadas en la presente licitación, por lo que de ser el caso, se considerará que el precio ofertado no es conveniente, o se considere no aceptable y por tanto será desechada en términos de lo previsto en los artículos 37 y 49 segundo párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.

I. FORMATO DE PRESENTACIÓN PROPUESTA ECONÓMICA.

La propuesta económica deberá integrar de manera desglosada el precio de los honorarios correspondientes a la prestación de los servicios de Planeación y Compra de Medios en el mercado Estados Unidos de América, de los demás conceptos que integran la inversión en medios de acuerdo con el plan de acción a que se refiere el **Documento C** de la propuesta técnica, los importes deberán presentarse en pesos mexicanos debidamente desglosado.

Para los efectos citados en el párrafo anterior la propuesta económica deberá ser presentada apegándose al siguiente formato:

A) PROPUESTA DE HONORARIOS CORRESPONDIENTES A LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

- Análisis pre-contratación. Análisis de mercado y de la competencia.
- Planeación.
- Negociación.
- Socios Comerciales y Esfuerzos Cooperativos.
- Ejecución y Monitoreo.
- Administración, seguimiento y comprobación.

CONCEPTO	PORCENTAJE
Honorarios de la agencia por los servicios <ul style="list-style-type: none"> • Análisis pre-contratación. Análisis de mercado y de la competencia. • Planeación. • Negociación. • Socios Comerciales y Esfuerzos Cooperativos. • Ejecución y Monitoreo. • Administración, seguimiento y comprobación. (Expresado en porcentaje)	_____% (Con número y letra)

***NOTA:** La propuesta de Honorarios correspondiente a los servicios prestados por la agencia, se expresará en porcentajes sin exceder el monto máximo del presupuesto.

B) INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA EXPRESADA EN PESOS MEXICANOS.

CONCEPTO	PRESUPUESTO MÍNIMO	PRESUPUESTO MÁXIMO	*PROMEDIO DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA.
Inversión publicitaria en mercado de Estados Unidos de América (Contratación de Espacios Comerciales de Medios).			
Total			

***NOTA:** El promedio de la propuesta de la inversión publicitaria en el mercado de Estados Unidos de América se obtendrá de la sumatoria total del monto mínimo más el monto máximo, dividido entre dos.

La propuesta de inversión publicitaria podrá ser modificada durante la vigencia de la prestación de los servicios cuando así lo requiera **FIGURCA** de acuerdo a la estrategia de promoción y publicidad del destino, así como por situaciones supervinientes, de caso fortuito, fuerza mayor o a propuesta del licitante que resulte ganador con el fin de eficientar la inversión publicitaria o generar mejores oportunidades para la promoción del destino, para lo cual deberá presentar la propuesta de plan de acción modificado al Administrador del Contrato, con el objeto de ser evaluada y en su caso aprobada, lo anterior en el entendido de que el licitante en ningún momento podrá modificar el precio del servicio ofertado, así como, el valor total del presupuesto asignado a la inversión publicitaria del mercado de Estados Unidos de América, de igual forma el licitante que resulte ganador en ningún momento podrá ejecutar o realizar alguna acción que no se encuentre contenida o aprobada en el **Plan de Trabajo** correspondiente.

II. CRITERIO DE ASIGNACIÓN DE PUNTOS PROPUESTA ECONÓMICA.

A) PROPUESTA DE HONORARIOS CORRESPONDIENTES A LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

- D.1 Análisis pre-contratación. Análisis de mercado y de la competencia.
- D.2 Planeación.
- D.3 Negociación.
- D.5 Socios Comerciales y Esfuerzos Cooperativos.
- D.6 Ejecución y Monitoreo.
- D.7 Administración, seguimiento y comprobación.

Se asignarán **30 puntos** para la propuesta cuyos honorarios expresados en términos porcentuales sea el menor respecto de las demás propuestas correspondientes a los servicios de Planeación y Compra de Medios en el mercado de Estados Unidos de América.

Para las demás propuestas económicas se asignarán los puntos conforme a la siguiente fórmula:

$$PPEA = MPemb \times 30 / MPi.$$

Donde:

PPEA: Puntuación o unidades porcentuales que corresponden a la Propuesta Económica de los honorarios correspondientes a los servicios enlistados.

MPemb: Monto de la Propuesta económica más baja.

MPi: Monto de la i-ésima Propuesta económica (Monto de la propuesta económica sujeta a evaluación).

B) INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (D.4 Contratación de espacios comerciales en medios)

Se asignarán **20 puntos** para la propuesta cuyo monto de inversión publicitaria que resulte del promedio entre el monto mínimo y máximo, sea mayor respecto de las demás propuestas correspondientes a los servicios de Planeación y Compra de Medios en el Mercado de Estados Unidos y por tanto garantice la mayor inversión publicitaria con el costo del servicio más bajo.

Para las demás propuestas económicas se asignarán los puntos conforme a la siguiente fórmula:

$$\text{PPEB} = (\text{Mpi} / \text{MPmINVP}) \times 20.$$

Donde:

PPEB: Puntuación o unidades porcentuales que corresponden a la Propuesta Económica de la inversión publicitaria en medios.

MPmINVP: Monto de la Propuesta con Mayor Inversión Publicitaria.

MPI: Monto de la i-ésima Propuesta económica. (Monto de la propuesta económica sujeta a evaluación).

Para calcular el resultado final de la puntuación o unidades porcentuales totales que obtuvo la propuesta económica, la convocante aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{PPET} = \text{PPEA} + \text{PPEB}$$

Donde:

PPET: Puntuación total asignada a la propuesta económica.

Para calcular el resultado final de la puntuación o unidades porcentuales que obtuvo cada proposición, la convocante aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{PTj} = \text{TPT} + \text{PPET} \quad \text{Para toda } j = 1, 2, \dots, n$$

Donde:

PTj = Puntuación o unidades porcentuales Totales de la proposición;

TPT = Total de Puntuación o unidades porcentuales asignados a la propuesta Técnica;

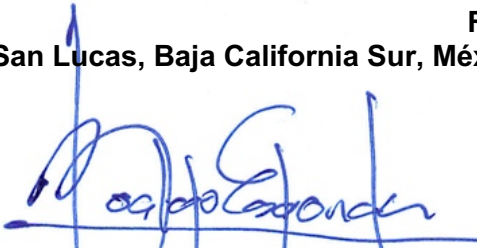
PPET = Puntuación o unidades porcentuales asignados a la Propuesta Económica, y

El subíndice “j” representa a las demás proposiciones determinadas como solventes como resultado de la evaluación.

Rúbricas:

FITURCA

Cabo San Lucas, Baja California Sur, México a los 24 días del mes de noviembre de 2023.



ARQ. RODRIGO ESPONDA CASCAJARES
Director General del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/110602



LIC. MAURICIO DE JESÚS PÉREZ SALICRUP
Secretario del Comité Técnico del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/110602