

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 MARKETING DIGITAL EN EL MERCADO DE IBEROAMÉRICA PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.

La inversión en un **Plan de Trabajo** de los Servicios de Marketing Digital en el mercado de Iberoamérica, para el destino Los Cabos, Baja California Sur, el cual deberá considerar el costo de los siguientes servicios para el cumplimiento del objeto del contrato:

1. Diseño de estrategia digital anual y generación de contenidos para redes sociales en español;
2. *Community Management* para redes en español;
3. Escucha en redes sociales;
4. Pauta de posteos en redes sociales;
5. Generación y edición de contenidos para página *web* y *blogs*;
6. *SEO* y *SEM*;
7. Personalización *Web* y *Chat-bot*;
8. Programa de *e-mail marketing*;
9. Programa de *Content Creators*;
10. Creador de material audiovisual y contenido especializado del destino para los segmentos de lujo y ultra lujo;
11. *Digital Day* (Entrenamiento anual a los miembros de la industria del destino, sobre tendencias e innovaciones de *marketing* para la mejora digital de Los Cabos en mercados iberoamericanos).

Los gastos y costos administrativos vinculados con el manejo de la cuenta, tales como equipo de oficina, material, telefonía, horas extras, asistencia a juntas, 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 el Administrador del Contrato.

Para este procedimiento, las cantidades numéricas 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 **\$18'500,000.00 (DIECIOCHO MIL QUINIENTOS MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.)**, incluyendo el Impuesto al Valor Agregado (IVA), conforme a la estimación de presupuesto aprobada 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 Trabajo** a que hace referencia el numeral **C.1.**, del **Anexo I**, el cual no podrá representar un monto inferior al 40% del presupuesto máximo ni ser igual al mismo, sin que dicho monto exceda el presupuesto máximo referido en el párrafo anterior.

Los licitantes deberán presentar en su propuesta de forma desglosada por la prestación de los Servicios de Marketing Digital en el mercado de Iberoamérica, para el destino Los Cabos, Baja California Sur, considerando que en caso de que el precio contenido en la propuesta resulte superior en un diez por ciento al ofertado respecto del que se observa como mediana en la investigación de mercado o en su defecto, el promedio de las ofertas presentadas en la presente licitación, esta será desechada en términos de lo previsto en el artículo 49 segundo párrafo de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur.

La propuesta económica deberá integrar de manera desglosada el precio de los honorarios correspondientes a la prestación de los Servicios de Marketing Digital en el Mercado de Iberoamérica, para el Destino Los Cabos, Baja California Sur, de los demás conceptos que integran la inversión de marketing digital 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 sin considerar el Impuesto al Valor Agregado, cuidando no exceder el presupuesto máximo de la presente licitación el cual deberá estar 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 SERVICIOS CONSIDERADOS COMO FIJOS (Iguala mensual):

CONCEPTO	PRESUPUESTO MÍNIMO	PRESUPUESTO MÁXIMO	*PROMEDIO DE LA PROPUESTA DE HONORARIOS. (Gastos fijos)
C.1 Diseño de estrategia y generación de contenidos para redes sociales y canales digitales en español.			
C.2 <i>Community Management</i> para redes en español.			
C.3 Escucha en redes sociales.			
C.4 Pauta de posteos en redes sociales. C.4.1 Gestión de Posteos.			
C.5 Generación y edición de contenidos			

para página web y blogs.			
C.6 SEO y SEM. C.6.1 Seguimiento y administración de herramientas.			
C.7 Personalización web y chat bot.			
C.8 Programa de e-mail marketing.			
C.9 Creador de material audiovisual y contenido especializado del destino para los segmentos de lujo y ultra lujo. C.9.1 Gestión de estrategia de creador de material audiovisual y contenido especializado.			
C.10 Programa de Content Creators. C.10.1 Gestión de estrategia de creadores de contenido.			
TOTAL.			

*El promedio de la propuesta de honorarios de la inversión en el mercado de Iberoamérica se obtendrá de la sumatoria total del monto mínimo más el monto máximo, dividido entre dos.

NOTA 1: Para el caso de servicios prestados en el territorio nacional, los licitantes con base fija o establecimiento permanente en México deberán presentar la facturación correspondiente desglosando el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Los servicios prestados en territorio nacional o extranjero por licitantes con base fija o establecimiento permanente en el extranjero, estarán sujetos a la tasa del 0% por considerarse una importación de servicios en términos del artículo 25 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Los servicios prestados en territorio extranjero por licitantes con base fija o establecimiento permanente en el territorio nacional, estarán sujetos a la tasa del 0% por considerarse una exportación de servicios en términos del artículo 29 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

La propuesta de distribución podrá ser modificada durante la vigencia de la prestación de los servicios cuando así lo requiera **FITURCA** 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 a la Gerencia de Contenido Digital 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, 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 acción correspondiente.

B) INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO DE IBEROAMÉRICA EXPRESADA EN PESOS MEXICANOS (Gastos variables):

CONCEPTO	PRESUPUESTO MÍNIMO	PRESUPUESTO MÁXIMO	*PROMEDIO DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA. (Gastos Variables)
C.4 Pauta de posteo en redes sociales y <i>Digital Ads</i> . C.4.2 Campañas de <i>Meta, X, Tik tok, Google Ads</i> , y otras de acuerdo a la estrategia aprobada por "FITURCA".			
C.6 SEO y SEM. C.6.2 Posicionamiento de marca eventual.			
C.7 Personalización <i>web</i> y <i>chatbot</i> . C.7.2 Uso de herramienta <i>chatbot</i> .			
C.9 Programa de <i>Content Creators</i> ; C.9.2 Gasto operacional de estrategia de creadores de contenido.			
C.10 Creador de material audiovisual y contenido especializado del destino para los segmentos de lujo y ultra lujo. C.10.2 Honorarios del creador de material audiovisual y contenido especializado.			
C.11 Digital Day.			
Total.			

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

NOTA 2: Para el caso de servicios prestados en el territorio nacional, los licitantes con base fija o establecimiento permanente en México deberán presentar la facturación correspondiente desglosando el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Los servicios prestados en territorio nacional o extranjero por licitantes con base fija o establecimiento permanente en el extranjero, estarán sujetos a la tasa del 0% por considerarse una importación de servicios en términos del artículo 25 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Los servicios prestados en territorio extranjero por licitantes con base fija o establecimiento permanente en el territorio nacional, estarán sujetos a la tasa del 0% por considerarse una exportación de servicios en términos del artículo 29 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

La propuesta de inversión publicitaria podrá ser modificada durante la vigencia de la prestación de los servicios cuando así lo requiera **FITURCA** 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 a la Gerencia de Contenido Digital 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 Iberoamérica, 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 acción correspondiente.

II. CRITERIO DE ASIGNACIÓN DE PUNTOS PROPUESTA ECONÓMICA.

A) PROPUESTA DE HONORARIOS CORRESPONDIENTES A LOS SIGUIENTES SERVICIOS:

- C.1 Diseño de estrategia digital anual y generación de contenidos para redes sociales en español;
- C.2 *Community Management* para redes en español;
- C.3 Escucha en redes sociales;
- C.4 Pauta de posteos en redes sociales;
- C.5 Generación y edición de contenidos para página *web* y *blogs*;
- C.6 SEO y SEM;
- C.7 Personalización Web.
- C.8 Programa de *e-mail marketing*;
- C.9 Programa de *Content Creators*; y,
- C.10 Creador de material audiovisual y contenido especializado del destino para los segmentos de lujo y super lujo.

Se asignarán **35 puntos** para la propuesta cuyos honorarios que consideren los servicios antes enlistados que resulten del promedio entre el monto mínimo y máximo antes del Impuesto al Valor Agregado, sea el menor respecto de las demás propuestas correspondientes a los Servicios de Marketing Digital en el Mercado de Iberoamérica, para el destino Los Cabos, Baja California, Sur.

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

$$\text{PPEA} = \text{MPemb} \times 35 / \text{MPi}$$

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 IBEROAMÉRICA

C.4 Pauta de posteos en redes sociales.

C.6 SEO y SEM.

C.7 Personalización Web y Chat-bot.

C.9 Programa de Content Creators.

C.10 Creador de material audiovisual y contenido especializado del destino para los segmentos de lujo y ultra lujo.

C.11 Digital Day (Entrenamiento anual a los miembros de la industria del destino, sobre tendencias e innovaciones de marketing para la mejora digital de Los Cabos en mercados Iberoamericanos).

Se asignarán **15 puntos** para la propuesta cuyo monto de inversión publicitaria que resulte del promedio entre el monto mínimo y máximo antes del Impuesto al Valor Agregado, sea mayor respecto de las demás propuestas correspondientes a los Servicios de Marketing Digital en el Mercado de Iberoamérica para el Destino Los Cabos, Baja California Sur 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:

$$\text{PPEB} = (\text{Mpi} / \text{MPmINVP}) \times 15.$$

Donde:

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

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:

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

Donde:

PT_j = Puntuación o unidades porcentuales Totales de la proposición;

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

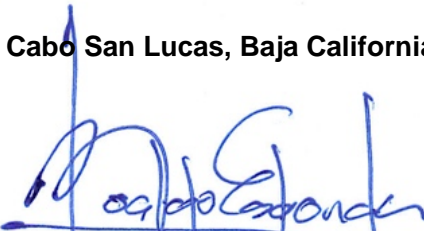
PPE = Puntuación o unidades porcentuales asignados a la Propuesta Económica, y

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, al 1er. día del mes de abril de 2024.



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