



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 II. ANEXO TÉCNICO

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

A. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO OBJETO DE LA CONTRATACIÓN. Los servicios objeto de la presente contratación, especificaciones y términos de referencia que requiere **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**, en adelante **FITURCA**, son los siguientes:

OBJETIVOS. Contratar los **Servicios de Marketing Digital en el mercado de Iberoamérica, para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, con el objeto de diseñar y ejecutar una estrategia de mercadotecnia y promoción integral eficaz en medios digitales, a partir de un **Plan de Trabajo** que incluya acciones de amplia difusión e impacto en los diferentes segmentos de turismo, que contribuyan al cumplimiento de los objetivos de promoción del **FITURCA** y congruente con la estrategia de comunicación general e imagen aprobada por el Comité Técnico de **FITURCA**.

La ejecución de dicha estrategia permitirá incrementar el conocimiento y difusión de la marca **LOS CABOS**, en canales digitales, a efecto de contribuir al cumplimiento de los siguientes objetivos:

- a) Incrementar la cantidad de visitantes internacionales provenientes de los principales mercados emisores de Iberoamérica con especial énfasis en México, Colombia y España, así como la derrama económica hacia el destino y la cadena de valor de los prestadores de servicios e industria turística.
- b) Elevar el conocimiento de las actividades multi-consumidores (*multitarget*) y multidestino que componen la oferta turística de Los Cabos.
- c) Incrementar el posicionamiento (*top share of mind*) y el reconocimiento de la marca "Awareness" de Los Cabos como un destino exclusivo de alta calidad en su oferta de instalaciones y servicios, distinguiéndose de los demás destinos turísticos del mundo como un destino de clase mundial y aspiracional ante el consumidor final.
- d) Crear contenido visualmente atractivo y narrativamente cautivador que resalte los atractivos de Los Cabos y conecte emocionalmente con la audiencia (*target*) del mercado iberoamericano.
- e) Recabar información estadística de medios digitales sobre tendencias de viajes, preferencias, redes sociales y comportamiento de los potenciales visitantes de México, Colombia, España y demás países de habla hispana, con el fin de actualizar la estrategia contenida en el Plan de Trabajo a efecto de fortalecer la eficacia de las acciones de

marketing digital.

B. JUSTIFICACIÓN. Las acciones integrales de publicidad y promoción en medios digitales, se consideran fundamentales para contribuir a la generación de audiencias de alto perfil hacia Los Cabos, con el objeto de incrementar los flujos turísticos, además de propiciar una relación de largo plazo mediante la generación de lealtad hacia la marca del destino.

Se considera de especial importancia contar con los **Servicios de Marketing Digital en el mercado de Iberoamérica para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, a efecto de incrementar la penetración e interacción con las audiencias de mayor relevancia en el entorno digital.

La competencia global entre destinos turísticos obliga a la implementación de acciones de *marketing* digital en el mercado de Iberoamérica en especial en México, Colombia y España, con el objeto de implementar una interacción a través de los diversos canales digitales del destino para promover su oferta.

Para tal efecto el Licitante Ganador, deberá generar una estrategia de *marketing* digital para fortalecer, crecer la comunidad y distribuir contenidos en canales propios y adquiridos para incentivar la recordación, visita y fidelidad hacia el destino.

C. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR. Los **Servicios de Marketing Digital en el mercado de Iberoamérica para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, debe constar de:

C.1 DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN PLAN DE TRABAJO DE MARKETING DIGITAL. El Licitante Ganador deberá diseñar y elaborar un Plan de Trabajo de *marketing* digital, incluyendo la elaboración de promoción digital del destino (en lo sucesivo "**Plan de Trabajo**") requeridas por **FITURCA**, enfocado a los diferentes segmentos de mercado, que integre de manera específica y calendarizada, las actividades a realizar durante la vigencia del contrato. El citado documento deberá elaborarse y remitirse a **FITURCA** en un plazo no mayor a 15 (quince) días hábiles posteriores al fallo, el cual estará integrado por los siguientes servicios:

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);

El **Plan de Trabajo** podrá presentarse en formato libre y deberá cumplir por lo menos con las siguientes características:

- a. Deberá considerar objetivos claros para cada uno de los servicios y en los casos que corresponda, una estimación de metas que establezca métricas claras de los resultados a obtener.
- b. Deberá desagregarse conforme a las acciones referidas en el numeral **C.1.** del presente documento y de acuerdo con las especificaciones que se detallan en los numerales subsecuentes.
- c. Cada una de las acciones de marketing digital, deberán de estar calendarizadas e integradas en una hoja de ruta o cronograma que detalle el período de ejecución, mercado al que va dirigida, así como, la estimación de presupuesto por cada mercado objetivo, las cuales en su conjunto no podrán exceder el monto máximo del presupuesto asignado para la ejecución del contrato.
- d. Deberá considerar la generación de reportes mensuales de actividades además de un informe final de cierre que considere la totalidad de acciones realizadas por mercado específico, su costo, así como los resultados obtenidos que refieran las fuentes de información que los sustenten e integre las evidencias documentales que correspondan.

Las acciones y estimaciones de presupuesto correspondientes podrán ser modificadas durante el período de ejecución de los servicios, a solicitud del Licitante Ganador, que resulte adjudicado o conforme a las necesidades de **FITURCA**, a efecto de adecuar el **Plan de Trabajo** a las oportunidades, condiciones de mercado u otras situaciones supervinientes que se presenten, sin que en ningún momento se exceda el monto máximo del presupuesto asignado para la ejecución del contrato.

Todas las modificaciones al **Plan de Trabajo** deberán ser acordadas de manera previa y aprobadas por escrito, mediante la firma de ambas partes del "**Plan de Trabajo Modificado**", situación por la cual el Licitante Ganador, se abstendrá de llevar a cabo cualquier acción que no se encuentre considerada y aprobada en el **Plan de Trabajo** original o en sus modificaciones.

FITURCA podrá solicitar cambios al **Plan de Trabajo** en toda la duración del contrato sin que ello implique un incremento en el costo de los honorarios del proveedor.

En situaciones de crisis que se presenten durante la vigencia de la prestación de los servicios derivadas de situaciones supervinientes que identifique el Licitante Ganador o a solicitud de **FITURCA**, no se requerirá la modificación del **Plan de Trabajo**, salvo que se requiera reasignar recursos de las estimaciones de presupuesto previstas para las acciones programadas originalmente, sin perjuicio de que dichas acciones de manejo de crisis puedan ejecutarse de

manera inmediata, previa aprobación por correo electrónico del Administrador del Contrato designado por **FITURCA**.

El documento que acredite la comprobación de la presente actividad será el denominado “**Plan de Trabajo**” y “**Plan de Trabajo Modificado**”, el cual podrá elaborarse en formato libre siempre y cuando cumpla con las condiciones y especificaciones previstas en el presente numeral y se encuentre debidamente aprobado y formalizado por el Administrador del Contrato y el Licitante Ganador.

C.2. EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES DE LOS SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL EN EL MERCADO DE IBEROAMÉRICA, PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.

El Licitante Ganador será responsable de ejecutar las acciones consideradas en el **Plan de Trabajo** referido en el numeral anterior, de acuerdo con las siguientes especificaciones:

C.2.1 Diseño de estrategia y generación de contenidos para redes sociales y canales digitales en español. El Licitante Ganador, deberá llevar a cabo el diseño de la estrategia y la generación de contenidos para redes sociales, considerando para tal efecto, las siguientes acciones:

- Diseñar y en su caso actualizar la estrategia de contenidos para Los Cabos en redes sociales, *newsletters* y otros canales digitales, proponiendo el calendario y contenido, que considere la frecuencia semanal y horarios adecuados para potenciar su impacto en cada red social de acuerdo al **Plan de Trabajo** propuesto.
- Generación, diseño de contenido y posteo en los canales digitales, y redes sociales del destino, de conformidad con la estrategia propuesta.
- Elaborar la parrilla mensual de posteos que integre contenido dinámico y versátil para cada red social que considere de manera enunciativa: video, imagen, carrusel, artículos, infografías, *links*, encuestas, contenido generado por usuarios (UGC), etc., con el fin de mantener una audiencia interesada y en crecimiento.
- Elaborar y actualizar el “*playbook*” de redes sociales, por cada año de prestación de servicios con el fin de mantener a la audiencia interesada y actualizada, de acuerdo con la tendencia en el mercado digital.
- Generar campañas para incentivar la interacción y promover el crecimiento de las comunidades mediante la difusión y apoyo a dinámicas de activación con usuarios de redes sociales e industria u otras iniciativas creativas similares, que sean consideradas en el **Plan de Trabajo**.
- Manejo de plataformas UGC (*User Generated Content*) que permitan obtener contenido actualizado que contribuya a incrementar el alcance y *engagement*, en la audiencia.
- La generación de contenidos incluye también el diseño de éstos para la pauta de posteos que se menciona en el apartado 4 de este Anexo Técnico.
- La estrategia y generación de contenidos para redes sociales deberá estar lista para su implementación a partir de la aprobación de planeación.

El documento que acredite la comprobación de la presente actividad será el denominado “**Plan**

de Trabajo” y “Plan de Trabajo Modificado”, el cual podrá elaborarse en formato libre siempre y cuando cumpla con las condiciones y especificaciones previstas en el presente numeral y se encuentre debidamente aprobado y formalizado por el Administrador del Contrato designado por **FITURCA** y el Licitante Ganador.

C.2.2. Community Management para redes en español. El Licitante Ganador deberá llevar a cabo acciones de comunicación en redes sociales, en las siguientes acciones de comunicación:

- Gestionar la comunicación digital en las redes sociales de Los Cabos: *Facebook, Instagram, X, TikTok, LinkedIn y YouTube* o en cualquier otra red social emergente considerada en el **Plan de Trabajo**, sus modificaciones o a petición por estrategia sea agregada.
- Comunicar e interactuar con usuarios de redes sociales en tiempo real de acuerdo al protocolo que diseñe el Licitante Ganador y que sea aprobado por el Administrador del Contrato.
- Proponer y gestionar el uso de herramientas de posteo.
- Uso de herramientas y generación de reportes de resultados con mediciones adecuadas relacionadas con el presente servicio que deberán de incluir por lo menos la siguiente información: incremento en audiencia, alcance, *engagement, insights*, vistas, duración, suscriptores, impresiones, geografía, *click-through rate*, entre otros.

C.2.3. Escucha en redes sociales. El Licitante Ganador, deberá llevar a cabo la escucha activa de las redes sociales de acuerdo con el calendario establecido en el **Plan de Trabajo** con las siguientes especificaciones:

- Utilizar plataformas con alcance internacional para detectar sucesos recientes que se estén desarrollando en el destino.
- Gestionar la actual plataforma para escucha social o proponer alguna mejor, que comprenda audiencia de los mercados objeto con (*Dashboards*) actualizados.
- Obtener los *insights* necesarios para el desarrollo de la estrategia de diseño de contenidos.
- Obtener y actualizar regularmente los “*keywords*” relacionados a la escucha social y analizar la tonalidad de redes sociales vs los destinos competencia.
- Crear un análisis inicial de escucha que sirva como hoja de ruta para las labores a realizar durante la prestación de servicios, incluyendo los “*insights*” con la reputación del destino (positivo-negativo-neutral).
- Mantener activo un protocolo de escucha en casos de crisis.

C.2.4. Pauta de posteo en redes sociales y Digital Ads. El Licitante Ganador, deberá considerar en el **Plan de Trabajo** la elaboración de una pauta de posteos en las redes sociales y *Digital Ads* para el destino, a fin de incrementar el alcance, *engagement* y lograr mayor suscripción en los canales activos, considerando lo siguiente:

- La pauta deberá estar coordinada con la estrategia de contenidos y segmentación que apruebe **FITURCA**.

- Proponer una segmentación adecuada, temporalidad, montos estimados y las redes y posteos que deberá contener dicha pauta.
- Los posteos pautados deberán estar incluidos en la parrilla de contenidos.
- El presupuesto y la programación destinados a las campañas deberán estar considerados en el **Plan de Trabajo** y las pautas correspondientes serán aprobadas por **FITURCA** previo a su lanzamiento.

C.2.5. Generación y edición de contenidos para página web y blogs: Durante la vigencia del contrato el Licitante Ganador, generará, editará y producirá contenido en formato de texto, imagen, infografía o video de forma programada el cual deberá estar alineado a la estrategia de posicionamiento de *SEO* en español de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- Proponer un calendario editorial alineado con los ejes de comunicación definidos en la estrategia contenida en el **Plan de Trabajo** con la periodicidad de publicación establecida para la generación de contenido para el blog, entre los contenidos que pueden utilizar se encuentran *mini-blogs* o *blogs* completos, deberá considerarse la creación de al menos un artículo de blog semanal durante la gestión del contrato. Estos deberán contemplar cumplir con las características de *SEO* como se indica en el apartado **C.2.6**.
- Las notas del blog deberán contar con las características requeridas por **FITURCA**.
- Generar contenidos para "*landing pages*" o micrositos, realizar las actualizaciones técnicas que requiera el sitio web "*www.visitaloscabos.travel*" y los micrositos que estén relacionados con el dominio.
- Deberá hacerse una revisión mensual del contenido para actualizar imágenes o texto según convenga y entregar un reporte de los hallazgos y un **Plan de Trabajo** para su mejora.
- Reporte general de *Google Analytics* con comparativos de periodo anterior de diversos indicadores clave como: audiencia, adquisición, comportamiento y conversiones.

C.2.6. SEO y SEM. El Licitante Ganador, deberá realizar acciones de posicionamiento en buscadores, optimización de sitios web y acciones de mercadotecnia en motores de búsqueda, así como, la autenticación, cifrado y descifrado de datos, considerando las siguientes actividades:

a) SEO

- Elaborar auditorías de *SEO* de la página web de conformidad con el calendario contenido en el **Plan de Trabajo** para mantenerla por encima del 90% de eficiencia, y mejorar la experiencia del usuario, que se encuentren consideradas en el **Plan de Trabajo**.
- Presentar los resultados de la auditoría, así como mejorar mensualmente las métricas siguientes:
 - Posicionamiento en buscadores;
 - Número de *backlinks*;
 - Velocidad de página;
 - Tamaño de página;
 - Redireccionamientos;
 - Revisión;

- Optimización de *meta-keywords* y *keywords* tanto de texto como de imágenes;
 - Verificación de *Http requests*;
 - Títulos de página óptimos;
 - Verificación de experiencia de usuario;
 - Detección y eliminación de *links* tóxicos;
 - Detección de Errores 404;
 - Validación de la meta información de cada página: Títulos, *Open Graph*, y Descripciones.
- El **Plan de Trabajo** deberá considerar acciones específicas de mejora y actualización de la página “*www.visitaloscabos.travel*” y sus diferentes micro sitios enfocadas a alcanzar las métricas deseadas en: visitas, *bounce rate*, impresiones, duración de sesión, conversiones, posicionamiento orgánico y pagado en buscadores, entre otras.
 - Elaborar un reporte mensual de las 20 páginas más visitadas del dominio “*www.visitaloscabos.travel*” que considere indicadores de crecimiento, posicionamiento que además identifique acciones que hayan detonado visitas al sitio *web*.

b) SEM

- Desarrollar campañas en motores de búsqueda (SEM), *Google* y *Bing*, o cualquier otro de acuerdo a la estrategia contenida en el **Plan de Trabajo** y desarrollar los conceptos creativos necesarios o requeridos para la ejecución de las campañas.
- Proponer las palabras clave para los resultados de búsqueda y, de ser necesario llevar a cabo el posicionamiento de campañas *display* incluyendo sus diseños creativos.
- Elaborar informes de resultados que integren indicadores de medición de las metas planteadas en la estrategia de marketing.
- La estrategia de *SEM* deberá estar lista para su implementación a partir de la aprobación del **Plan de Trabajo**.

C.2.7. Personalización Web y Chat-bot. El Licitante Ganador, deberá considerar en el **Plan de Trabajo** al que refiere el numeral **C.1.** del presente Anexo Técnico, la creación de una estrategia de personalización para la página *web* del destino, con el objetivo de incrementar la duración de las visitas y la relevancia de contenido para los visitantes, considerando las siguientes acciones:

- Elaborar los diseños y arte necesarios para ejecutar el plan estratégico, realizando las adaptaciones correspondientes de acuerdo con el perfil de audiencia de las regiones específicas del mercado de Iberoamérica.
- Revisar y en su caso actualizar mensualmente la estrategia con el fin de alcanzar las métricas establecidas de acuerdo a los objetivos fijados por **FITURCA**, como podrán ser: número de impresiones, cantidad de sesiones, duración de la visita, rebote de página, cantidad de suscriptores, CTR, entre otras.
- Proponer o mantener una plataforma para el manejo de la personalización, alcances y métricas que además será utilizada para la ejecución de la estrategia de personalización.
- Contemplar el diseño de *banners* y su compatibilidad con las versiones de escritorio y dispositivos móviles.
- Contemplar una herramienta de *chat-bot* propuesta por el cliente para la implementación

de la página *web* en español.

- Elaborar informes de resultados que integren los indicadores de medición antes mencionados.

C.2.8. Programa de e-mail Marketing. El Licitante Ganador, deberá considerar en el **Plan de Trabajo** la programación y ejecución de una estrategia de mercadeo mediante el uso de correo electrónico enfocado a la industria turística de Los Cabos y potenciales consumidores, con el objeto de incrementar la base de los mercados específicos a los que está dirigida y proporcionar a la audiencia información relevante y actualizada del destino, de acuerdo con las siguientes especificaciones:

- Un programa de *newsletters* en español para la industria y uno para el consumidor que considere por lo menos 18 envíos anuales para cada audiencia, incluyendo la calendarización, tipo de contenido y conceptualización de su presentación y distribución, que considere los segmentos de mayor relevancia para el destino como pueden ser *leisure*, bodas, golf, romance, especialista en Los Cabos o cualquier otro tema conveniente a **FITURCA**. El servicio deberá considerar invitaciones, comunicados, síntesis de noticias, entre otros.
- Administrar y gestionar la herramienta para realizar envíos y recolección de métricas requeridas, así como, la administración y mantenimiento de las bases de datos que sean requeridas por **FITURCA**. El **Plan de Trabajo** deberá considerar la propuesta de herramienta a utilizar de acuerdo a la estrategia planteada.
- El **Plan de Trabajo** deberá considerar acciones de captación y mantenimiento de suscriptores que integrarán la base de datos de consumidores e industria, clasificados por segmento específico, que podrá considerar la inclusión de servicio a terceros para la generación de *leads*.
- Gestionar la base de datos, así como realizar la limpieza mensual de ésta conforme la revisión de estado *GDPR*, segmentación y *taggeo*.
- Controlar y manejar la plataforma de *CRM* de **FITURCA** a efecto de llevar a cabo las acciones de actualización de *content media* de acuerdo con los lineamientos de la marca.
- Diseñar el “*Costumer Journey*” para los nuevos suscriptores y la automatización de la cadena de envíos con base en una estrategia de asimilación de contenidos, creando listas de distribución para quienes están interesados en determinados temas o acciones, seguimiento a quienes no están abriendo los correos, etc.

C.2.9. Programa de Content Creators. El Licitante Ganador, deberá elaborar y ejecutar un programa de *Content Creators*, con el fin de generar de manera directa materiales de promoción del destino para **FITURCA** en las diferentes redes sociales, impulsar el conocimiento de la marca e incrementar el número de suscriptores e interacciones en los canales digitales de Los Cabos, el cual contendrá de manera enunciativa las siguientes actividades:

- Alcance, temporalidad y cantidad de *Content Creators* a utilizar con un perfil definido de acuerdo con el objetivo mencionado en el párrafo anterior, que deberá quedar incluido en las pautas correspondientes.

- El presupuesto del programa se determinará con base en la cantidad de *Content Creators* propuestos, se ajustará aquellos que efectivamente elaboren contenidos durante la ejecución, el cual deberá considerar la totalidad de gastos y honorarios para la producción de contenidos.
- La ejecución del programa deberá considerar la gestión de las visitas de *Content Creators* al destino, la cual considera entre otras la búsqueda, selección y primer contacto con base en criterios de calidad de contenido, perfiles y contenidos relacionados a la estrategia de promoción del destino y alcance, para tales efectos el Licitante Ganador, deberá presentar su propuesta de *Content Creator* para aprobación del Administrador del Contrato.
- El Licitante Ganador deberá presentar informes de resultados respecto a los contenidos generados durante la prestación del servicio, los cuales considerarán por lo menos los siguientes datos:
 - Respaldo en medio de almacenamiento digital del material editado final que fue considerado dentro de la ejecución del programa de *Content Creators*.
 - Reportes de métricas respecto a alcances y *engagement* obtenidos durante y después de la visita respecto a los materiales generados.

C.2.10. Creador de material audiovisual y contenido especializado del destino para los segmentos de lujo y ultra lujo. El Licitante Ganador deberá proponer un creador de material audiovisual y contenido especializado para los segmentos de lujo y ultra lujo para redes sociales (*Tiktok, Reels y Shorts*), que deberá contar con las siguientes características:

- Persona mayor de edad, preferentemente residente o nativo del municipio de Los Cabos.
- Conocimiento de los atractivos más importantes del destino de los diferentes pilares como: placer, aventura en tierra y mar, de lujo, alrededores, gastronomía, bienestar, entre otras actividades que ofrece el destino.
- Experiencia en levantamiento, edición y generación de material audiovisual especializado y mensajes para redes sociales relacionados con la promoción de destinos, productos turísticos e industria, preferentemente enfocados en segmentos de lujo y ultra lujo.
- Equipo y herramienta de trabajo propio como lo son: Vehículo, cámara fotográfica / video, soporte de cámara, dron con cámara 360° y alguna otra tecnología o herramienta que contribuya en la creación de contenido.

C.2.11. Digital Day. El Licitante Ganador durante la vigencia del contrato deberá organizar por lo menos un evento de capacitación y actualización de nuevas tendencias para las áreas de marketing y promoción de socios comerciales, operadores turísticos y demás industria del destino, con el fin de enriquecer y mejorar la huella digital del destino de Los Cabos, incrementando las menciones, referencias, visitas, "*clicks*" y reacciones del destino en redes sociales y sitios *web*, relacionados con la oferta de impacto del destino.

El alcance del presente servicio considera la planeación, organización, logística y actividades de capacitación dirigidas al personal de *marketing* y promoción de socios comerciales, operadores turísticos y demás industria del destino, que deberá incluir además los gastos de apoyo para el evento como son: arrendamiento de instalaciones para llevar a cabo las sesiones, transportación,

hospedaje y alimentación.

Las instalaciones para realizar el evento deberán considerar por lo menos un espacio para 100 asistentes, contar con servicios de internet, audiovisual, alimentos y bebidas de apoyo al evento, estacionamiento, vigilancia y seguridad adecuada y estar ubicadas preferentemente en un hotel de categoría equivalente a los segmentos de turismo a promocionar, las cuales deberán ser aprobadas de manera previa a su reserva por la persona señalada como Administrador del Contrato.

C.3. Elaboración de Reporte de Servicios. El Licitante Ganador deberá elaborar los reportes mensuales de servicios referidos en los numerales que anteceden y un informe final de cierre que considere la totalidad de acciones realizadas, su costo, los resultados obtenidos que refieran las fuentes de información que los sustenten, así como, las evidencias documentales y comprobación a que hace referencia el apartado **C.5. COMPROBACIÓN DE LOS SERVICIOS**, del presente Anexo Técnico.

I. Los reportes mensuales de servicios deberán considerar cuando menos la siguiente información:

- a. Un resumen de las actividades realizadas por el Licitante Ganador, que incluya una descripción breve de acuerdo a los servicios enlistados en los numerales que anteceden, fechas, participantes e inversión, así como, los resultados cuantitativos y/o cualitativos conforme a lo programado en el **Plan de Trabajo**.
- b. Un reporte de avance físico-financiero acumulado de cada actividad ejecutada conforme a las estimaciones de presupuesto establecidas en el **Plan de Trabajo** o sus modificaciones, que integre información correspondiente al presupuesto ejercido, facturado y disponible por actividad, haciendo referencia a las acciones realizadas, fecha de ejecución y número de factura emitida por el Licitante Ganador.

II. El informe final de cierre, deberá considerar cuando menos la siguiente información:

- a. La totalidad de acciones realizadas conforme al **Plan de Trabajo** y sus modificaciones, que integre el presupuesto autorizado y ejercido en cada una, así como los resultados obtenidos conforme a los objetivos y metas de las acciones que correspondan, que refieran las fuentes de información que los sustenten, el cual deberá guardar correspondencia con los informes mensuales y con la comprobación remitida de conformidad con el numeral **C.5 COMPROBACIÓN DE LOS SERVICIOS**.

Nota: Los reportes antes mencionados deberán ser remitidos al Administrador del Contrato para su aprobación junto con la demás comprobación que se genere para cada uno de los servicios prestados.

C.4. APROBACIONES ESPECÍFICAS PARA LA EJECUCIÓN DE ACCIONES CONSIDERADAS EN EL PLAN DE TRABAJO. Todas las acciones y actividades previstas para la ejecución deberán estar aprobadas en el **Plan de Trabajo** o las modificaciones al mismo conforme lo establecido en

el numeral **C.1.**, las actividades relacionadas con la ejecución de los servicios que integran el numeral **C.2.**, que requieran aprobación específica de **FITURCA**, deberán contar invariablemente con la aprobación del Administrador del Contrato, para lo cual el Licitante Ganador deberá hacer la solicitud correspondiente mediante correo electrónico, la cual podrá ser aprobada o rechazada por **FITURCA** por el mismo medio, para lo cual se deberán utilizar exclusivamente las direcciones de correo electrónico que para tal efecto se definan en el apartado de enlaces y comunicación del contrato correspondiente, sin que tenga validez cualquier solicitud o aprobación que se realice de manera verbal o en direcciones de correo electrónico no establecidas en el contrato.

C.5. COMPROBACIÓN DE LOS SERVICIOS. Durante la vigencia del contrato el Licitante Ganador, remitirá al Administrador del Contrato designado por **FITURCA** para revisión y aprobación, las facturas, los informes referidos en el apartado **C.2.**, así como, la comprobación y testigos de todas las acciones ejecutadas del **Plan de Trabajo**, que amparen el monto de los servicios prestados, conforme la siguiente tabla:

Actividad	Periodicidad	Testigos	Formato Comprobación
C.2.2. Community management para redes sociales en español.	Semanal y Mensual	<p>1.1. Reporte de Redes Sociales orgánico</p> <p>El reporte semanal incluirá las métricas del performance acumulado por semana calendario de cada una de las redes sociales.</p> <p>Reporte mensual: Incluye resultados orgánicos de las métricas establecidas vs resultados alcanzados (<i>KPI's</i> de cada red) comprende: impresiones, clics, alcance, CPV, <i>engagement</i>, seguidores, clic links, demográficos, número de posts e historias y soporte con testigos (capturas de pantalla)</p>	Medio electrónico / formato PDF.
	De conformidad con el Plan de Trabajo	<p>1.2. Reporte de Redes Sociales (social-ads)</p> <p>Reporte de la campaña puntual de redes sociales de cada una describiendo (<i>KPI's</i> establecidos vs resultados alcanzados) como, por ejemplo: CPM, CPC, CPV, CPE, impresiones, interacciones, <i>views</i>, alcance, <i>link ads</i>, <i>promoted posts</i> (<i>posteos con pauta</i>). Soportar con testigos.</p>	Medio electrónico / formato PDF

	Semestral	<p>1.3.- Reporte de reputación online vs competidores</p> <p>Reporte de reputación online vs competidores principales incluye auditoria de las redes vs estos destinos.</p>	Medio electrónico / formato PDF
C.2.3. Escucha en redes sociales	Semanal	<p>Reporte semanal reflejando la escucha social positiva, negativa y neutral. Incluye visualización del <i>dashboard</i>, principales <i>social news</i> y principales términos encontrados sobre la reputación online. Con el objetivo de anticiparnos a posibles crisis.</p>	Medio electrónico / formato PDF.
C.2.4. Pauta de Posteos en redes sociales y Digital Ads.	Cuando el Administrador del Contrato lo solicite.	<p>Pauta con segmentación, temporalidad, montos, modificaciones al presupuesto, redes y calendario de posteos que esté coordinada con la estrategia de contenidos y segmentación de acuerdo con el Plan de Trabajo y aprobación por FITURCA.</p>	Medio electrónico / <i>Google drive</i>
C.2.5. Generación y edición de contenidos para página web y blogs.	Mensual	<p>A través de una parrilla mensual se revisará un calendario editorial para la generación de contenidos que deberá cumplir con lo siguiente: contenido digital para página <i>web</i> (<i>www.visitaloscabos.travel</i>) y micrositos, que incluyan videos, imágenes, <i>blogs</i>, artículos, etc.</p>	Medio electrónico / <i>Google drive</i> . Excel.
C.2.6. SEO y SEM.	Mensual	<p>Reporte de <i>Google Analytics</i> incluyendo auditoria mensual del estado de la página, mencionando los indicadores y comparativo de avance contra meta global.</p> <p>Reporte mensual si se realiza una campaña SEM de <i>Google AdWords</i> de conformidad con el Plan de Trabajo autorizado por FITURCA.</p>	Medio electrónico / formato PDF.

C.2.7. Personalización Web y Chat-Bot	Mensual	Reporte mensual de las métricas alcanzadas vs las metas establecidas conforme al Plan de Trabajo autorizado y el impacto en audiencia de banners. Además, para <i>Chat-bot</i> número de visitas totales mensuales e interacciones.	Medio electrónico / formato PDF
C.2.8. Programa de e-Mail marketing	Mensual	Entregar parrilla de contenido Mensual de newsletters al consumidor y de industria como de (<i>lead nurturing</i>) 25 días antes del envío del boletín correspondiente. Una vez autorizada la parrilla de contenido, remitirá un reporte de resultados obtenidos y recomendaciones que incluya <i>open rate, CTR, bounce rate</i> etc. al Administrador del Contrato.	Medio electrónico / formato PDF. Archivos en Excel vía Google drive.
	Anual	Informe de estado de las bases de datos segmentadas que incluya número de suscriptores, número de bajas, número de <i>bounce e-mails</i> , etc.	
	Mensual	Plataforma “Lead Generation” Industria y Consumidores De acuerdo con el programa autorizado por el Administrador del Contrato para capturar leads de industria, consumidores y/o limpieza de base de datos. Enviar reporte mensual o a solicitud de FITURCA de los resultados obtenidos y recomendaciones.	Medio electrónico / formato PDF – y base de datos en Excel
C.2.9. Programa de Content Creator.	Conforme al Plan de Trabajo.	Entrega de contenido audiovisual editado. Reporte de métricas, alcances y <i>engagement</i> obtenidos durante y después de la visita respecto a los materiales generados.	<i>Google Drive</i> o medio digital.

C.2.10. Creador de Material Audiovisual y Contenido Especializado del Destino Para el Segmento de Lujo y ultra lujo.	Mensual.	Envío de material creado conforme a la programación de visitas autorizado por el Administrador del Contrato.	Medio electrónico / formato PDF y disco duro.
	Anual.	Reporte anual de todos los lugares visitados y de materiales creados para la promoción del destino.	
C.2.11. Digital Day	Anual.	Reporte general sobre toda la creación del evento <i>Digital Day</i> , incluyendo, testigos fotográficos, presentación e itinerario del evento.	Medio electrónico / Formato PDF.

D. PLANTILLA DE RECURSOS HUMANOS. El Licitante Ganador deberá contar con los recursos humanos necesarios para cumplir con lo solicitado en este Anexo Técnico. Será responsabilidad del Licitante Ganador garantizar la experiencia y capacidad de cada uno de los integrantes del equipo en los términos establecidos en los criterios de evaluación. Cómo mínimo deberán asignar para la atención del proyecto el siguiente personal:

Puesto	Cantidad
Director de Cuenta	1
Estratega de Contenido	1
Gerente de Redes Sociales	1
Gerente de Arte de Redes Sociales	1
Ejecutivo de cuenta de Redes Sociales	1
Estratega de Data	1
Gerente de analítica y CRM	1
Gerente de programación de emails	1
Gerente de SEO / SEM	1
Gerente de Tecnología en Marketing	1
Creador de Material Audiovisual y Contenido Especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.	1
TOTAL	11

La plantilla de personal asignada por el Licitante Ganador, para la prestación de los servicios a **FITURCA**, podrá solicitar cualquier información que le permita contar con conocimiento suficiente sobre Los Cabos, como es: ubicación geográfica, atractivos, conectividad aérea, actividades turísticas, clima, así como los principales segmentos de mercado que son target del destino, con el objeto de contar con una base técnica que le permita llevar a cabo las actividades de promoción de manera eficaz, para tal efecto el Administrador del Contrato le proporcionara cualquier información que sea solicitada durante la vigencia de la prestación de los servicios. **FITURCA** no



hará pago de horas extras de personal asignado a la cuenta ni de otro tipo de personal que realice labores necesarias para el cumplimiento en tiempo y forma de los servicios contratados.

El personal dedicado a la cuenta deberá notificar al Administrador del Contrato de **FITURCA** de cualquier asueto extra o vacaciones por lo menos con 10 días hábiles de anticipación, estableciendo también al personal que llevará a cabo el seguimiento de las funciones de la persona ausente, en caso de situaciones de crisis que pudieran impactar de manera negativa la imagen de Los Cabos como destino, el Licitante Ganador deberá asignar un ejecutivo responsable con capacidad en toma de decisiones que deberá estar disponible las 24 horas a efecto de apoyar a **FITURCA** hasta que se hubieran ejecutado las acciones de manejo de crisis o esta hubiera concluido.

FITURCA podrá solicitar al Licitante Ganador la sustitución o relevo de los ejecutivos que den servicio a la cuenta cuando identifique omisiones, incumplimientos o deficiencias en la capacidad del personal para prestar los servicios adecuadamente, debiendo avisar por correo electrónico y solicitar al Licitante Ganador, el relevo que corresponda, que deberá realizarse en un plazo no mayor a 3 días hábiles con el objeto de no afectar la continuidad en la prestación del servicio, en caso de no hacerlo, se hará acreedor a una **penalización equivalente al 1%** del monto máximo del contrato que será aplicada como deductiva contra el monto de los servicios que facturados del periodo inmediato posterior.

En caso de que el Licitante Ganador requiera realizar el relevo de algún ejecutivo por cuenta propia, deberá informar a el Administrador del Contrato de **FITURCA** con 5 días hábiles de anticipación, señalando las causas así como el nombre y datos de contacto (teléfono, correo electrónico), del nuevo ejecutivo, en caso de no hacerlo, se hará acreedor a una **penalización equivalente al 1%** del monto máximo del contrato que será aplicada como deductiva contra el monto de los servicios que facturados del período inmediato posterior.

No se permitirá la subcontratación de terceros para prestar los servicios objeto de la contratación que sean adjudicados al Licitante Ganador, no se considera subcontratación de servicios apoyo y gastos contratados a terceros vinculados en que incurra el Licitante Ganador para la prestación adecuada de los servicios, como pueden ser: transportación aérea, arrendamientos de espacios para llevar a cabo eventos, alimentación, viáticos, participación en ferias, material promocional, inserciones en medios, software o herramientas conforme a los puntos **C.2.8.** y **C.2.11.**, de transportación, hospedaje propio y de terceros, entre otros, siempre y cuando correspondan a las actividades previstas en el **Plan de Trabajo** a que hace referencia el numeral **C.1.** del presente anexo técnico y el Plan de Trabajo modificado que se haya acordado con **FITURCA**.

Los gastos y costos administrativos vinculados con el manejo de la cuenta, tales como equipo de oficina, material, telefonía, horas extras, asistencia a juntas en la ciudad sede del Licitante Ganador, 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 de **FITURCA**.



Los viáticos y gastos del personal del Licitante Ganador para la realización de las actividades encomendadas, deberán estar identificados y aprobados por **FIGURCA**, conforme a los montos previstos en el Plan de Trabajo a que hace referencia el numeral **C.1.** del presente Anexo Técnico o sus modificaciones, para lo cual se acordará una tarifa máxima por día de viáticos que no deberá exceder de \$450.00 dólares (CUATROCIENTOS CINCUENTA DÓLARES AMERICANOS 00/100 USD) diarios para empresas internacionales y \$1,700.00 (UN MIL SETECIENTOS PESOS 00/100 M.N.) para empresa nacionales diarios.

E. PERÍODO. La prestación de los servicios será a partir del **1 de mayo de 2024 al 30 de abril de 2026**, equivalente a **730 días naturales**.

F. LUGAR DE ENTREGA DE LOS MATERIALES Y DE LOS ELEMENTOS COMPROBATORIOS DE LOS SERVICIOS. Los materiales, facturación y comprobación de los servicios, se entregarán vía electrónica a las cuentas institucionales que al efecto le señale el Administrador del Contrato al Licitante Ganador, en los términos y plazos previstos en el presente anexo técnico.

G. MONTO ESTIMADO DE INVERSIÓN. 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 MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS 00/100 M.N.)** conforme a la estimación de presupuesto aprobada por el Comité Técnico de **FIGURCA**.

Para tal efecto el proveedor deberá presentar su propuesta considerando un monto mínimo desglosado estimado para llevar a cabo las acciones y conceptos de servicios objeto del contrato, el cual no podrá representar un monto inferior al 40% del monto máximo que presente en la misma, sin que dicho monto exceda el presupuesto máximo referido en el párrafo anterior.

La propuesta económica deberá presentarse de forma desglosada y de conformidad con el formato establecido en el **Anexo III. Propuesta Económica**, de las Bases.

Los montos máximos y mínimos por ejercer en el contrato estarán sujetos a la disponibilidad presupuestal que se obtenga de la recaudación del Impuesto Sobre la Prestación del Servicio de Hospedaje en el Municipio de Los Cabos, Baja California Sur en el período de la prestación de los servicios y que sea aprobada por el Comité Técnico de **FIGURCA**.

H. POLÍTICAS PRESUPUESTALES. FIGURCA, hace del conocimiento a todos los participantes, que se reserva el derecho en todo momento a suspender en forma definitiva o temporal, parcial o totalmente, la continuación y pago de los servicios objeto de la contratación, toda vez que la disponibilidad presupuestal para su ejecución está sujeta a la recaudación del Impuesto Sobre la Prestación del Servicio de Hospedaje en el Municipio de Los Cabos, Baja California Sur; lo anterior a efecto de que el Licitante Ganador tome en cuenta las probables restricciones presupuestarias y reservas que pudieran derivarse durante la vigencia de la prestación de los servicios; el pago total en todo caso nunca podrá ser menor al presupuesto mínimo que se señala en la convocatoria, por lo tanto **FIGURCA** a través del Administrador del Contrato, se reserva el derecho de aceptar, declinar o corregir, el orden y clasificación de los servicios objeto de la contratación a que refiere



el contrato y el presente Anexo Técnico.

Durante el período de prestación de los servicios **FITURCA** estará en posibilidad de proporcionar al Licitante Ganador Material Digital que se requiera como apoyo a los servicios objeto de la contratación.

FITURCA cubrirá los gastos de viáticos del personal del Licitante Ganador cuando tenga que viajar por motivo de reuniones convocadas por **FITURCA** o el Licitante Ganador, que por este motivo se hubieran generado.

Los errores cometidos por el Licitante Ganador en los servicios prestados, materiales generados, deberán ser subsanados o indemnizados por él mismo, pudiendo estar sujeto a la aplicación las penalizaciones establecidas para tal efecto en el presente anexo técnico.

En ningún momento **FITURCA** estará obligado al pago de servicios y acciones que no se encuentren considerados en el Plan de Trabajo o Plan de Trabajo modificado que no se encuentre aprobado, de conformidad con lo previsto en el presente Anexo Técnico.

I. PROPIEDAD DE MATERIALES. FITURCA, será el titular de los derechos de autor y de propiedad intelectual e industrial de cualquier tipo de material audiovisual o de cualquier clase, que se produzcan en virtud del contrato que se celebre, así como de las ya existentes y que **FITURCA** proporcione al Licitante Ganador para la ejecución del mismo; salvo el caso de aquellos materiales respecto de los que terceros detenten los derechos de autor o de propiedad intelectual e industrial, en cuyo caso el Licitante Ganador deberá poner en conocimiento a **FITURCA** de tal situación.

J. ENTREGA DE MATERIALES, PROPIEDAD DE FITURCA. Al término de la vigencia del contrato o cuando **FITURCA** lo requiera, el Licitante Ganador deberá hacer entrega de todos los materiales producidos bajo el amparo del mismo o entregados para su ejecución, sin costo adicional al presupuesto contemplado en el contrato, para lo cual el Licitante Ganador deberá realizar todos los trámites que resulten necesarios, siendo en todo momento **FITURCA** el poseedor exclusivo de los derechos autorales y de propiedad intelectual e industrial que se generen con motivo los servicios prestados durante la vigencia del contrato.

K. RESPONSABILIDAD. FITURCA, ni su personal serán responsables de ningún costo en que incurra el Licitante Ganador como consecuencia del trabajo desarrollado o en la preparación, ni por viáticos a excepción del inciso **H. POLÍTICAS PRESUPUESTALES** y otros gastos que se generen por la firma del contrato.

Rúbricas:

FITURCA

Cabo San Lucas, Baja California Sur, México, al 1er. día del mes de abril de 2024.



LICITACIÓN PÚBLICA INTERNACIONAL NÚMERO LPA-000000010-009-2024
SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL EN EL MERCADO DE IBEROAMÉRICA
PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.
ANEXO II. ANEXO TÉCNICO

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