

## 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 CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN EN EL MERCADO NACIONAL Y MERCADOS EMERGENTES DE HABLA HISPANA, 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 Creatividad y Producción en el Mercado Nacional y mercados emergentes de habla hispana, para el destino de Los Cabos, Baja California Sur**, con el objeto de diseñar la estrategia de marca e imagen, generación de conceptos creativos, posicionamiento y arquitectura de marca para las campañas de Los Cabos que realice **FITURCA**, que permita la generación de contenidos para medios tradicionales, digitales, redes sociales y páginas *web*, que permitan ejecutar una campaña de promoción dirigida y adaptada al mercado nacional, así como aquellos considerados emergentes para el destino de Los Cabos.

La ejecución de la estrategia de imagen, conceptos creativos y generación de contenidos permitirá mejorar el posicionamiento, incrementar el conocimiento y difusión de la marca **LOS CABOS**, en los principales mercados emisores de visitantes y emergentes para el destino, a efecto de contribuir al cumplimiento de los siguientes objetivos:

1. Incrementar la cantidad de visitantes nacionales y derrama económica hacia el destino.
2. Elevar el conocimiento de las actividades multi-consumidores (*multitarget*) y multidestino que componen la oferta turística de Los Cabos.
3. Incrementar el posicionamiento, la recordación (*top of mind*) y el reconocimiento de la marca "*Awareness*" de Los Cabos como un destino exclusivo de clase mundial, que cuenta con una amplia gama de alternativas de productos y servicios turísticos vinculados a la amplia biodiversidad producto de compartir el Océano Pacífico, el Mar de Cortés y los ecosistemas de montaña y desierto de Baja California Sur, como son: playa, clima, desierto, actividades y productos de lujo, segmentos especiales (bienestar, pesca, LGBTQ+, gastronomía, golf, bodas y romance, aventura, entre otros), que proporcionan a los visitantes nacionales diversas opciones de oferta, lo cual hace de Los Cabos competitivo a nivel nacional respecto a otros competidores, distinguiéndose de los demás destinos turísticos de México como el más exclusivo, llevándolo a ser un destino

aspiracional ante el consumidor final y la industria turística.

**B. JUSTIFICACIÓN.** Contar con los servicios de una agencia experta en Servicios de Creatividad y Producción para medios tradicionales y en línea, con la finalidad de poder apoyar a **FITURCA** en la generación de campañas alineadas de acuerdo a las necesidades de mercado y con una misma línea creativa que se comparta en las disciplinas donde se hace promoción y mercadotecnia.

Contar con una agencia de creatividad y producción de material creativo para medios tradicionales, digitales, redes sociales y páginas *web* para el mercado nacional, permitirá la integración de un mensaje único vinculado a la arquitectura de la marca que permita generar mensajes efectivos sobre los atributos del destino relacionados a la marca *LOS CABOS* con el objeto de alcanzar y generar mayores audiencias entre los consumidores e industria.

La programación de las acciones en coordinación con la agencia de medios respetará las nuevas tendencias, estacionalidad del mercado y de los periodos de alta demanda además de que permitirá impulsar el turismo con acciones acertadas en tiempo y forma.

El conocimiento de los mercados es sumamente importante para alcanzar los objetivos que se establezcan permitiendo colocar oportunamente los mensajes que atiendan las motivaciones, en tiempo adecuado respondiendo a los conocimientos que se tiene del destino y aprovechando oportunidades específicas que se generen en los mercados.

**C. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR:** Contratación de una agencia que preste a **FITURCA** servicios de creatividad y producción en el mercado nacional y mercados emergentes de habla hispana, para el destino Los Cabos, Baja California Sur, que considere en sus alcances:

1. Estrategia y generación de conceptos creativos para campañas en el mercado nacional y mercados emergentes.
2. Producción de campañas, *master* de comunicación y otros materiales creativos para promoción del destino.
3. Arquitectura de marca y posicionamiento, elaboración y/o actualización de manuales de marca.
4. Levantamiento de imagen y video.
5. Calificación y clasificación del acervo de foto y video en medio digital.
6. Estudios e inteligencia de mercado.
7. Eventos y Marketing experiencial (cuando sea requerido por **FITURCA**).

Los servicios enlistados en los numerales 1 al 6 deberán estar contemplados en un **Plan de Trabajo** que deberá integrarse a la propuesta técnica de los licitantes y para el caso del licitante que resulte ganador será revisada y actualizada una vez adjudicado el contrato dentro de los 30 (treinta) días naturales siguientes a la emisión del fallo, el cual podrá ser modificado 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 del 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.

Para el caso del servicio de estudios e inteligencia de mercado, así como eventos y marketing experiencial los que hacen referencia el numeral 7, estos serán ejecutados únicamente cuando les sean requeridos por la Gerencia de Marca y Creatividad y estarán sujetos a la disponibilidad presupuestal aprobada por el Comité Técnico del Fideicomiso.

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 de agencia.

### C.1. ESTRATEGIA Y GENERACIÓN DE CONCEPTOS CREATIVOS

- a) Generación de estrategia de marca para guiar el posicionamiento y los conceptos creativos de las campañas generadas partiendo de perfiles, mensajes y momentos la cual se basará en estudios, inferencias e información estratégica de mercados, tendencias, marca, valores, entre otros.
- b) Elaboración de los conceptos creativos y racional creativo necesarios para ejecutar las campañas de **FITURCA** institucionales, cooperativas, *B2B* y *B2C*, así como los que sean requeridos para la participación del **FITURCA** en ferias y eventos especializados de turismo, que podrán ser difundidos en medios tradicionales, digitales y otros que sean requeridos de acuerdo al nicho de mercado de las audiencias a alcanzar, como son: lujo, super lujo, bodas, romance, *wellness*, golf, gastronomía, LGBTQ+, industria de reuniones en diversos medios tradicionales, digitales y dispositivos móviles, entre otros.
- c) Generación de los lineamientos de comunicación creativa para campañas institucionales cooperativas, *B2B* y *B2C*, así como los que sean requeridos para la participación del Fideicomiso en ferias y eventos especializados de turismo, identificadores gráficos como logos, iso logos, isotipos, manual de uso de marca de cada campaña, así como ejercicios y adaptaciones necesarias para programas cooperativos, eventos, acciones promocionales, entre otros.
- d) Diseño y presentación del racional que sustente la planeación estratégica creativa de largo plazo de **FITURCA** con el objeto de generar campañas continuas que eviten riesgos vinculados con la estacionalidad de las campañas.
- e) Generación de conceptos creativos y producción de contenidos para campañas a ejecutarse a través de alianzas con marcas a la estrategia de promoción de **FITURCA** y embajadores de marca.
- f) Administración de estrategia de posicionamiento de imagen de marca a nivel global, que considera en sus alcances, selección de imágenes, traducciones y adaptaciones necesarias en mercados emergentes hispanohablantes utilizando las alianzas y servicios especializados necesarios.
- g) Evaluación y medición de efectividad de las estrategias y las campañas con estudios, encuestas, grupos de enfoque, y cualquier tipo de fuente de información que permita identificar retos, problemas y fortalezas de las campañas para mejorar su ejecución.

**C.2. PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS, MÁSTER DE COMUNICACIÓN Y OTROS MATERIALES CREATIVOS.** Será responsabilidad del Licitante Ganador la producción y *copy* de todo tipo de materiales de las campañas institucionales, cooperativas, B2B y B2C, así como los que sean requeridos para la participación del Fideicomiso en ferias y eventos especializados de turismo, para cada nicho de mercado emergente, como son: lujo, super lujo, bodas, romance, *wellness*, gastronomía, golf, pesca, LGBTQ+, industria de reuniones para los distintos medios: Radio, Televisión, Impresos, Medios Electrónicos, Digitales, móviles, materiales promocionales página *web*, *blogs*, *newsletter*, artículos digitales, *kits* de promoción, pabellones y *stands*, así como, su adaptación en los formatos que se soliciten, realizando los ajustes que resulten necesarios para atender las campañas, los formatos creativos incluyendo la programación y generación de píxeles y las acciones necesarias para correr con el tráfico de materiales para las campañas de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- a) La producción de materiales considerarán la pre-producción y post-producción de videos, diseño de materiales, fotos fijas y grabación de audio, entre otros, incluyendo levantamiento de imágenes, compra de imágenes, grabación de locutores, producción de materiales de audio para radio, televisión y sitios *web*, corrección de color, generación de animaciones y programación *html*, los servicios además considerarán su adaptación a diversos tamaños y formatos de versiones existentes, así como, la creación de nuevas versiones a partir de los materiales existentes.
- b) Preparar mensajes para incluir en las campañas con al menos 2 opciones para cada *target*.
- c) Búsqueda de activos en la plataforma digital del acervo de **FITURCA**.
- d) Selección de imágenes.
- e) Elaboración de *copy*.
- f) Los materiales generados deberán estar clasificados en un catálogo sistematizado previamente acordado y aprobado por **FITURCA** al inicio de la vigencia del contrato.
- g) Los materiales y adaptaciones solicitados deberán ser entregados a **FITURCA** en plazos no mayores a 48 horas a partir de la solicitud de servicio que realice la Gerencia de Marca y Creatividad.
- h) Los materiales deberán producirse y adaptarse para el mercado nacional y emergentes, por lo que el Licitante Ganador podrá contratar o apoyarse de terceros especializados.
- i) Será responsabilidad del Licitante Ganador, la gestión y renovación de relaciones contractuales con talento y derechos de autor, los derechos y registros de marca deberán ser tramitados a nombre de **FITURCA**.
- j) Los materiales producidos deberán entregarse en versión *master* por ser propiedad de **FITURCA**.
- k) Los servicios consideran la generación y animación de presentaciones, contenido en texto y traducción, corrección de estilo, producción, adaptación e impresión de materiales, así mismo, el Licitante Ganador deberá proveer aplicaciones y elementos decorativos, generar propuestas de diseños de espacios promocionales, invitaciones y material promocional o cualquiera que se solicite para las diferentes actividades de promoción.
- l) Asimismo, el Licitante Ganador deberá diseñar y generar las adaptaciones que le sean requeridas para la producción de materiales publicitarios y promocionales de acuerdo a los requerimientos de **FITURCA**.

En caso de que se requiera la contratación de servicios especializados externos para la generación de *copy* y/o material colateral por especialización o por volumen el licitante se encargará de la identificación y contratación del servicio por medio de terceros.

### **C.3. ARQUITECTURA Y POSICIONAMIENTO DE MARCA.**

- a) Elaboración y actualización de la arquitectura de marca *LOS CABOS*, considerando las nuevas tendencias de mercado, público objetivo, atributos y características de la oferta de atractivos turísticos del destino y necesidades de mercado.
- b) Definición del posicionamiento estratégico global por mercado, que considere los primarios, secundarios y de nicho.
- c) Elaboración de un *playbook* de la marca destino, que incluya su arquitectura, posicionamiento, audiencias, mercados, mensajes claves, atributos, segmentos y productos.
- d) Elaboración y actualización de los manuales de uso de marca y documentación que sea requerida para alinear los esfuerzos de *branding*, entre diversos actores del destino incluyendo las agencias contratadas por **FITURCA**, prestadores de servicio locales, entre otros.
- e) Elaboración y/o actualización del manual de manejo de marca para cada campaña creativa en los mercados donde se realicen campañas de publicidad, todo tipo de medios radio, televisión, impresos, medios electrónicos, digitales, materiales colaterales, presentaciones, diseños y otros para la promoción, éste se entregará una vez elaborada y aprobada la estrategia publicitaria.

### **C.4. LEVANTAMIENTOS DE IMAGEN Y VIDEO.**

- a) Propuesta de calendario, formatos, fechas, locaciones, talento, tratamientos, creadores, equipos y todo lo necesario para realizar el levantamiento de foto y video que se requiera para la producción de campañas, master de comunicación y otros materiales creativos.
- b) Identificación y contratación del servicio por medio de terceros para lo cual el Licitante Ganador deberá solicitar cotizaciones a tres proveedores, considerando la posibilidad que los servicios antes mencionados sean ejecutados de forma total o parcial por el mismo, en su caso está en posibilidad de seleccionar y evaluar una empresa de carácter local, en caso de que la agencia esté en posibilidad de prestar el servicio, podrá ser considerado como uno de los tres proveedores.

**C.5. MANTENIMIENTO Y CLASIFICACIÓN DEL ACERVO DE FOTO Y VIDEO EN MEDIO DIGITAL.** Mantener y clasificar el material y activos que ya tiene **FITURCA** por medio de su herramienta de gestión de activos digital. Deberá proponer esquemas de calificación y clasificación que permitan su uso óptimo y el licitante será responsable de mantener actualizado y clasificado en la plataforma digital de **FITURCA**, el acervo de fotografía y video con el material que se genere bajo el amparo del presente contrato.

**C.6. ESTUDIOS E INTELIGENCIA DE MERCADO.** Cuando sea requerido por **FITURCA**, el Licitante Ganador deberá proponer, generar y/o contratar estudios especializados para generar, diseñar y ajustar la estrategia de marca y los conceptos creativos para las campañas que realice **FITURCA**.

- a) Este servicio incluye la generación y/o contratación de estudios especializados que proporcionen información estratégica de mercados, tendencias, marca, valores, entre otros que sirvan como base para la generación de la estrategia de la marca y generación de conceptos creativos y utilizar todas las fuentes de información e inteligencia con las que cuente **FITURCA**.
- b) El Licitante Ganador será responsable de generar un *set* de estudios de mercado necesarios que respalden las estrategias y campañas creativas que realice **FITURCA**.
- c) El Licitante Ganador se encargará de proponer e identificar y en su caso, contratar los estudios de mercado por medio de terceros.
- d) El Licitante Ganador deberá dar seguimiento a la información que proporcionen los estudios contratados.
- e) El Licitante Ganador deberá realizar reportes de análisis de mercado el cual respalde las estrategias que incluya las siguientes variables: tendencias de mercado, competencia, tamaño y segmentos del mercado, competencia, hábitos del consumidor, entre otros.

#### **C.7. EVENTOS Y MARKETING EXPERIENCIAL** (cuando sea requerido por **FITURCA**).

- El Licitante Ganador deberá elaborar un programa de producción de eventos y *marketing* experiencial, que incluirá la conceptualización, diseño, y operación de activaciones y eventos de *marketing* experiencial en el mercado nacional mediante la investigación de tendencias y un análisis de competencia que justifiquen la estrategia planteada que además considere la incorporación de elementos necesarios para garantizar el tráfico de personas adecuado a las activaciones.
- Asimismo, deberá diseñar y guiar la producción de eventos y activaciones de tipo experiencial que se requieran para la ejecución del programa referido en el párrafo anterior, con el objeto de mostrar la marca destino al público objetivo, considerando la selección de eventos, ciudades, recintos, formatos, material colateral y artículos promocionales a distribuirse, entre otros.
- La aprobación, seguimiento y evaluación de las acciones que integran los servicios de creatividad y producción requeridos para la presente contratación estará a cargo de la persona que sea designada por **FITURCA** como Administrador del Contrato.

**D. REPORTES E INFORMES.** El Licitante Ganador durante la vigencia del contrato deberá remitir a **FITURCA** los reportes o información que le sean solicitados a través del Administrador del Contrato designado por **FITURCA**, en un plazo que no excederá de 3 días hábiles a partir de la fecha de recepción de la solicitud, la cual podrá hacerse mediante correo electrónico en las direcciones que para tal efecto se establezcan en el contrato, los cuales deberán elaborarse en el formato que se acuerde entre ambas partes, siempre y cuando la información derive de la ejecución de los servicios objeto de la presente contratación.

El Licitante Ganador deberá presentar mensualmente a **FITURCA** un flujo de efectivo con el avance físico-financiero acumulado en la ejecución del contrato, que considere el status que guarda el presupuesto que se establezca en el contrato incluyendo las acciones pendientes de facturación, las acciones pagadas, acciones por pagar y el monto disponible, dicho informe deberá remitirse al Administrador del Contrato designado por **FITURCA**, dentro de los 5 (cinco) primeros días hábiles de cada mes, en formato digital.

**E. APROBACIÓN DE MATERIALES Y 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, así como, la comprobación y testigos que amparen el monto de los servicios prestados, conforme la siguiente tabla:

Actividad	Periodicidad	Descripción	Formato Comprobación
<b>C.1. Estrategia de marca y generación de conceptos creativos</b>	Conforme se requiera por lo menos 1 vez al año.	Presentación de la estrategia y 3 conceptos creativos para las campañas institucionales, <i>B2B</i> y <i>B2C</i> , así como los que sean requeridos para la participación de <b>FITURCA</b> en ferias y eventos especializados de turismo.	Medio electrónico / formato PDF.
<b>Bajada de la estrategia / lineamientos de conceptos creativos para campañas institucionales, trade y cooperativas.</b>	Conforme el Plan lo requiera por lo menos 1 vez al año.	Presentación con la estrategia de ejecución por mercado y nicho de mercado emergente, como son: lujo, super lujo, bodas y romance, <i>wellness</i> , golf, LGBTQ+, industria de reuniones por medio, aplicación gráfica, ( <i>máster</i> ), <i>copy</i> y lineamientos de comunicación y mensajes para cada campaña.	
<b>Evaluación de campañas creativas</b>	Semestral	Presentación de las evaluaciones de las campañas creativas, recomendaciones y plan de acción basada en los <i>KPI</i> 's.	
<b>C.2. Producción de campañas, máster de comunicación y materiales creativos.</b>	Continuo	Elaboración del material conforme al plan del trabajo.	Medio de almacenamiento electrónico (USB o Disco Duro).
<b>C.3. Arquitectura de marca y posicionamiento, elaboración y/o</b>	Conforme se requiera por lo menos 1 vez al año.	Entrega de la actualización de la arquitectura de marca y posicionamiento por	Medio de almacenamiento electrónico (USB o Disco Duro).

<p><b>actualización de manuales de marca.</b></p> <p>Actualizar la arquitectura de marca.</p> <p>Generar un <i>playbook</i> de Los Cabos arquitectura.</p> <p>Manual de uso de marca.</p> <p>Análisis de mercado.</p> <p>Elaboración y/o actualización del manual Institucional.</p>		<p>mercado y nicho de mercado.</p> <p>Entrega <i>playbook</i> de marca.</p> <p>Entrega manual de actualización de los manuales de uso de marca.</p> <p>Entrega de reporte de análisis de mercado y competencia.</p> <p>Entrega de manual por campaña.</p>	
<p><b>C.4. Levantamiento de imagen y video</b></p>	<p>Conforme al plan lo requiera.</p>	<p>Materiales producidos o editados de imágenes y videos.</p>	<p>Medio de almacenamiento electrónico (Disco Duro).</p>
<p><b>C.5. Calificación y clasificación del acervo en plataforma digital de FITURCA.</b></p>	<p>Continuo</p>	<p>Entrega de materiales clasificados y cargados en una plataforma en línea funcional para este tipo de aplicaciones que haya sido aprobada por <b>FITURCA.</b></p>	<p>Medio de almacenamiento electrónico (Disco duro) y plataforma digital de <b>FITURCA.</b></p>
<p><b>C.6 Estudio e Inteligencia de mercado.</b></p>	<p>Conforme al plan lo requiera.</p>	<p>Presentación de propuesta de aplicación de la inteligencia de mercados y propuesta de los estudios de mercado requeridos.</p>	<p>Medio electrónico / formato PDF.</p>
<p><b>C.7 Marketing experiencial.</b></p>	<p>Conforme al plan lo requiera.</p>	<p>Entrega de programa, incluyendo estrategia, tendencias, concepto creativo / diseño, plan de ejecución, testigos fotográficos, invitaciones, entre otros.</p>	<p>Medio de almacenamiento electrónico (USB o Disco Duro).</p>

Es responsabilidad del Licitante Ganador entregar al Administrador del Contrato, la comprobación de los servicios prestados y devengados de conformidad con el cuadro precedente.

El Administrador del Contrato es responsable de recibir, revisar y acreditar todos los documentos comprobatorios a efecto de revisar la facturación y comprobación de los servicios devengados con el fin de gestionar el trámite de pago ante **FITURCA**, previa aprobación del mismo.

Para los efectos señalados en el párrafo anterior, el Licitante Ganador deberá remitir al Administrador del Contrato, la siguiente documentación:

- Factura original.
- Entregables conforme al cuadro precedente.
- Orden de Trabajo aprobada para el caso de servicios que sean considerados como gastos variables adicionales al plan de trabajo.

**FITURCA** se reserva el derecho de rechazar cualquier material, entregable, documento de facturación o justificación de gastos que no esté claramente reportado y aprobado previamente por **FITURCA** en el plan de trabajo o las ordenes correspondientes, que no se apegue a los requerimientos previstos en el Anexo Técnico, en el contrato o que no cumpla con los requisitos fiscales.

**F. 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 con una equivalencia de tiempo completo como se muestra a continuación:

Puesto	Cantidad
Director Creativo	1
Director de Cuenta	1
Director de Arte	1
Director de estrategia	1
Gestor de datos	1
Copywriter	2
Diseñador	2
Editor de video.	1
<b>TOTAL</b>	10

A efecto facilitar la comunicación y oportunidad en la prestación de los servicios creatividad y producción principalmente para las acciones de publicidad que se requiera ejecutar en el mercado nacional para Los Cabos, será necesario que la plantilla antes descrita se ubique en una oficina del Licitante Ganador ubicada en territorio de Nacional, sin perjuicio de que a solicitud del Administrador del Contrato de **FITURCA**, sea necesario que algún o algunos ejecutivos de la

misma, lleven a cabo sus actividades en las oficinas del **FITURCA**.

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 de **FITURCA** le proporcionará cualquier información que sea solicitada durante la vigencia de la prestación de los servicios.

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 al 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 periodo inmediato posterior.

No se permitirá la subcontratación de terceros para prestar los servicios objeto de la contratación que sean adjudicados al Licitante Ganador; además, de los servicios de revisión ortográfica, copiado, adaptación y tráfico de materiales, no se considera subcontratación de terceros vinculados los gastos de apoyo en que incurra el Licitante Ganador para la prestación adecuada de los servicios objeto de la contratación, como pueden ser: transportación aérea, transportación terrestre, hospedaje propio y de terceros, viáticos, arrendamiento de espacios para llevar a cabo eventos, alimentación, participación en ferias, material promocional, inserciones en medios, siempre y cuando contribuyan al apoyo de las actividades referidas en el presente Anexo Técnico y el Contrato.

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 de el 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 Contrato o referido en el Anexo Técnico, así como, cualquier modificación que no esté previamente acordada y aprobada formalmente por el Administrador del Contrato de **FITURCA**.

Los viáticos y gastos del personal del licitante para la realización de las actividades previstas para el cumplimiento del objeto del contrato deberán estar identificados y aprobados por **FITURCA**, y deberán considerarse en el Plan de Trabajo, para lo cual se acordará una tarifa máxima por día de viáticos de **\$450.00 USD (CUATROCIENTOS CINCUENTA DÓLARES AMERICANOS 00/100 UDS)**. diarios para empresas internacionales y **\$1,700.00 (UN MIL SETECIENTOS PESOS 00/100 M.N.)** para empresa nacionales diarios.

El Licitante Ganador deberá designar una iguala mensual que incluya todos los servicios mencionados en el presente anexo técnico y que correspondan a los honorarios de la agencia. Adicionalmente se contará con un presupuesto para gastos a terceros en caso de que se requiera contratar servicios externos para los siguientes conceptos:

1. Estrategia y generación de conceptos creativos para campañas en el mercado nacional y mercados emergentes.
2. Producción de campañas, *máster* de comunicación y otros materiales creativos para promoción del destino.
3. Arquitectura de marca y posicionamiento, elaboración y/o actualización de manuales de marca.
4. Levantamiento de imagen y video.
5. Calificación y clasificación del acervo de foto y video en medio digital.
6. Estudios e inteligencia de mercado.
7. Eventos y *Marketing* experiencial (cuando sea requerido por **FITURCA**).

Adicional a la iguala mensual, el Licitante Ganador, deberá designar una presupuesto mínimo y máximo que incluya todos los servicios que se contratarán por gastos a terceros.

**G. PERÍODO.** La prestación de los servicios será a partir del **1 de mayo de 2024 al 30 de abril de 2026**, equivalente a **729 días naturales**.

**H. LUGAR DE ENTREGA DE LOS MATERIALES Y DE LOS ELEMENTOS COMPROBATORIOS DE LOS SERVICIOS.** Los materiales, facturación y comprobación de los servicios, se entregarán en las oficinas administrativas de **FITURCA** con domicilio en Carretera Transpeninsular Kilómetro 4.3 Fracción I Lote 5 Plaza Providencia, Local 209 – 210, Colonia El Tezal, en Cabo San Lucas, Municipio de Los Cabos, Baja California Sur, México; Código Postal 23454, de 08:30 a 13:00 y de 15:00 a 18:00 horas, en los términos y plazos previstos en el presente anexo técnico.

**I. 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 **\$16´000,000.00 (DIECISÉIS 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 **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 a 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**.

**J. 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 **FIGURCA** estará en posibilidad de proporcionar al Licitante Ganador materiales impresos, comunicados y cualquier material de audio, video, cine, radio o cualquier otro medio audiovisual que se requieran como apoyo a los servicios objeto de la contratación.

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 **FIGURCA** estará obligado al pago de servicios y acciones que no se encuentren considerados en la planeación estratégica, planes de medios o modificaciones a los mismos que no se encuentren aprobados, de conformidad con lo previsto en el presente Anexo Técnico.

**K. PROPIEDAD DE MATERIALES. FIGURCA**, será el titular de los derechos de autor y de propiedad intelectual e industrial de cualquier tipo de material, ya sea impreso, 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 ya 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.

**L. 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.

**M. 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 y otros gastos que se generen por la firma del contrato.

Rúbricas:

**FITURCA**

**Cabo San Lucas, Baja California Sur, México, al 5to. 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