

## 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 RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO DE CANADÁ, 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:

**Objetivo General:** Contratar los **Servicios de Relaciones Públicas y Comunicación en el mercado de Canadá**, con el objeto de diseñar y ejecutar una estrategia de comunicación integral eficaz a partir de un Plan de Trabajo que incluya tácticas de amplia difusión e impacto en los diferentes segmentos de turismo, en congruencia con la estrategia de comunicación general e imagen aprobada por **FITURCA**.

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

1. Incrementar la cantidad de visitantes internacionales y derrama económica hacia el destino.
2. Elevar el conocimiento de las actividades multi-consumidores (multitarget) y multidesino que componen la oferta turística de Los Cabos.
3. 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 como un destino de clase mundial y aspiracional ante el consumidor **final**.

**B. JUSTIFICACIÓN.** Las acciones integrales de relaciones públicas y comunicación 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 objeto de la contratación a efecto de incrementar la penetración e interacción con las audiencias de mayor relevancia en el mercado

de Canadá (medios de comunicación, consumidores, industria turística y líderes de opinión, entre otros) a efecto de crear, fortalecer e incrementar relaciones de largo plazo.

La competencia entre destinos turísticos obliga a la implementación de acciones en el mercado de Canadá con el objeto de comunicar de manera clara los diferenciadores del destino mediante mecanismos continuos de comunicación bidireccional establecidos de acuerdo con el perfil de los consumidores en cada mercado.

Para tal efecto, el Licitante Ganador, deberá generar una estrategia de comunicación y relaciones públicas que permita consolidar la marca *LOS CABOS* e incrementar la interacción con audiencias múltiples relacionadas con la generación de flujos turísticos, entre los que se encuentran medios de comunicación, socios comerciales, consumidores y otras audiencias, fortaleciendo la presencia del destino en el mercado de Canadá para incrementar el alcance de las acciones de promoción en los diferentes segmentos a efecto de fortalecer las acciones que lleva a cabo **FIGURCA** para incrementar la conectividad aérea obteniendo un aumento en la tasa de ingreso de visitantes al destino por ese medio.

**C. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR.** Los servicios de Relaciones Públicas y Comunicación en el mercado de Canadá, consistirán en:

**C.1 DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UN PLAN DE TRABAJO DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO DE CANADÁ.** El Licitante Ganador deberá diseñar y elaborar un Plan de Trabajo de Relaciones Públicas y Comunicación (en lo sucesivo "**Plan de Trabajo**"), 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, remitirse y formalizarse con **FIGURCA** en un plazo no mayor a 15 (quince) días hábiles posteriores al fallo, el cual estará integrado por los siguientes servicios:

1. Creación de mensajes y contenido.
2. Asesoría en asuntos críticos y/o crisis.
3. Gabinete de Prensa.
4. Entrevistas con medios de alto impacto.
5. Viajes de prensa e *influencers* individuales y grupales.
6. Monitoreo de medios.
7. Apoyo de cobertura en *tradeshows*.
8. Programa de eventos y activaciones *BTL*.
9. Programa de comunicados de prensa

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 relaciones públicas y comunicación deberá de estar calendarizada e integrada en una hoja de ruta o cronograma que detalle el período de ejecución, así como, la estimación de presupuesto correspondiente, 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, su costo, así como los resultados obtenidos que refieran las fuentes de información que los sustenten e integre las evidencias documentales que correspondan.

Para los efectos antes citados, el **Plan de Trabajo** que el licitante que resulte ganador hubiera presentado como parte de su propuesta técnica, deberá ser actualizado con base en los requerimientos y especificaciones de servicios que le sean solicitados por el Administrador del Contrato designado por **FITURCA** una vez adjudicado el contrato, con el fin de que el Licitante Ganador elabore el **Plan de Trabajo** a que hace referencia el presente numeral en los términos y condiciones requeridos.

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 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.

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.

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**.

**C.2. EJECUCIÓN DE LAS ACCIONES DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL MERCADO DE CANADÁ.** 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. Creación de Mensajes y Contenido.** El Licitante Ganador deberá generar mensajes para medios y otras audiencias sobre el destino y generar lineamientos y protocolos con socios comerciales e industria de acuerdo con las siguientes especificaciones:

- Desarrollo de mensajes atractivos para medios y elaboración de materiales correspondientes a asuntos clave para el destino, generación de anuncios sobre acciones, eventos y logros de importancia, discursos y formatos para la distribución de los mensajes, que fortalezcan la imagen de liderazgo de Los Cabos entre los destinos mejor posicionados. Esto incluye la generación de mensajes para voceros que por asuntos relacionados con la reputación del destino, deban realizarse, para tal efecto deberá elaborar un calendario editorial anual, mismo que será actualizado de manera mensual de acuerdo a las necesidades de **FITURCA**.
- Generación de lineamientos y protocolos para socios internos y autoridades, a efecto de que cuenten con herramientas de apoyo y guías de acción que faciliten su respuesta oportuna ante situaciones o eventos que pudieran afectar la imagen del destino, la industria turística, así como, la atención de requerimientos que formule la prensa de Canadá.
- Elaboración de una biblia de mensajes que se actualizará mensualmente para incluir los asuntos críticos y los mensajes que deben tener los principales voceros a su disposición.

**C.2.2. Asesoría en asuntos críticos y/o crisis.** El Licitante Ganador, deberá llevar a cabo acciones de monitoreo, identificación y administración de asuntos críticos y/o crisis que pudieran implicar la afectación a la imagen de Los Cabos como destino turístico, considerando para tal efecto, las siguientes acciones:

- a) Monitoreo, identificación, manejo y mitigación de asuntos críticos y crisis a través de sus relaciones con medios.
- b) Generación de mensajes troncales, definición de una estrategia de medios y ejecución de acciones reactivas y proactivas ante los asuntos críticos o crisis con potencial riesgo para la imagen del destino, que se presenten o identifiquen durante la vigencia del contrato.
- c) Seguimiento y actualización de protocolos preventivos para la administración de situaciones con riesgo de afectar la reputación del destino con el fin de atenuar la posibilidad de que se materialice alguna crisis que impacte de manera negativa la imagen del destino.

Toda vez que los servicios correspondientes al presente numeral están vinculados a posibles asuntos críticos o crisis que pudieran presentarse por caso fortuito o fuerza mayor y por lo tanto no es posible prever, no será necesario calendarizar las actividades correspondientes en el **Plan de Trabajo** a que hace referencia el numeral **C.1.** del presente Anexo Técnico, únicamente será necesario referir en el mismo, las actividades que corresponden a cada inciso, así como, una

estimación del presupuesto del contrato que se destinará para su ejecución en gastos a terceros.

**C.2.3. Gabinete de Prensa.** El Licitante Ganador deberá, establecer y mantener una relación cercana con medios de comunicación para la promoción de Los Cabos de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- El Licitante Ganador, a través de las relaciones que mantenga con los diversos medios, deberá generar acciones de promoción proactiva haciendo énfasis en las experiencias únicas que ofrece el destino, además deberá proponer iniciativas novedosas y positivas, eventos y otras acciones que contribuyan al posicionamiento de Los Cabos como un destino líder.

Para tal efecto se deberá tener énfasis en mantener relaciones con medios de alto impacto en el mercado de Canadá, dirigido a industria y al consumidor.

- El Licitante Ganador, deberá presentar opciones y ángulos novedosos de cobertura a distintos medios (tradicionales, impresos, *on-line*, *social media*, entre otros) con alcance en Canadá y especializados de la industria, que consideren la difusión de contenidos relacionados con la oferta de los diversos productos turísticos que diferencian al destino Los Cabos respecto de otros destinos de lujo, inversiones en infraestructura hotelera y de servicios, iniciativas sobre sustentabilidad, entre otros que tengan por objeto generar intención de viaje hacia el destino.

**C.2.4. Entrevistas en medios de Alto Impacto en el mercado de Canadá.** El Licitante Ganador, deberá gestionar y obtener entrevistas para funcionarios de **FITURCA** y voceros relevantes del destino, con personas clave de los medios de comunicación con cobertura especializada en negocios, viajes y turismo y otras fuentes de ser necesario, a efecto de difundir aspectos relevantes del modelo turístico del destino, su oferta en el segmento de lujo, experiencias únicas y otros temas relevantes para la estrategia de comunicación. Para ello deberá organizar y llevar a cabo acciones de capacitación, en modalidad virtual o presencial, necesarios con el fin de que los voceros cuenten con información actualizada del destino y puedan atender de manera oportuna y eficaz todas las entrevistas.

**C.2.5. Viajes de Prensa e *influencers* individuales y grupales.** Durante la vigencia del contrato El Licitante Ganador, deberá organizar y ejecutar los viajes de prensa e influenciadores a Los Cabos (*fam trips*), que se encuentren considerados en el **Plan de Trabajo** a que hace referencia el numeral **C.1.** del presente Anexo Técnico, medios de comunicación de amplio alcance y "*alto impacto*", líderes de opinión, influenciadores en medios tradicionales y *social media* destacados en el mercado canadiense, con el fin de que conozcan el producto turístico y comuniquen sus atributos o generen elementos de mayor entendimiento de los aspectos y diferenciadores del destino en apoyo a la estrategia de comercialización del destino, los cuales deberán llevarse a cabo de acuerdo a las siguientes especificaciones:

- Viajes tematizados con influenciadores en medios tradicionales y *social media*.
- Viajes tematizados individuales o grupales para medios clave y de alto impacto que requieran conocer el destino de manera individual o grupal.

Para la realización de dichos viajes tematizados será indispensable la realización de las siguientes acciones:

- a) Identificar ángulos o segmentos relevantes para tematizar el viaje.
- b) Identificar medios o *influencers* de alto impacto que vayan acorde al tema propuesto.
- c) Elaborar una propuesta de agenda en congruencia con el perfil propuesto donde se destaquen los atributos y experiencias del destino en torno al segmento definido. Además, se deberán realizar las gestiones necesarias de apoyo con los operadores de servicios turísticos que sean necesarios para ejecutar las acciones relacionadas con el presente concepto de servicio, que considerarán de forma enunciativa los siguientes: hospedaje, alimentación, transportación y actividades turísticas, para los citados efectos el Licitante Ganador, deberá gestionar las reservas necesarias obligándose a realizar los pagos en tiempo y forma con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos de las acciones a ejecutar.
- d) Una vez aprobados los perfiles de medios o influencers se deberá realizar la compra de boletos de avión que sean necesarios para la ejecución de las acciones correspondientes para la prestación del servicio.
- e) El Licitante Ganador deberá realizar un seguimiento de cobertura oportuno con el medio o *influencer* para posteriormente compartir los resultados con **FITURCA**.

**C.2.6. Monitoreo de Medios.** El Licitante Ganador, deberá ejecutar acciones de monitoreo de medios relevantes en el mercado de Canadá, así como, de artículos y publicaciones en redes sociales generados por reporteros y medios de comunicación de importancia, para tal efecto se deberán identificar las notas que se generen y que contengan menciones relevantes sobre el destino, el entorno turístico, columnas y editoriales, entre otros, en su caso deberá emitir reportes con alertas en tiempo real sobre asuntos y conversaciones relevantes relacionadas con Los Cabos.

- a) En caso de que se identifiquen asuntos críticos o de crisis que pudieran afectar la imagen de Los Cabos, se deberá iniciar con las acciones referidas en el numeral **C.2.2. "Asesoría en asuntos críticos y/o crisis"**, del presente Anexo Técnico.
- b) En caso de que se requiera un alcance mayor de monitoreo, el Licitante Ganador deberá identificar, proponer y contratar un servicio especializado de monitoreo externo.

**C.2.7. Apoyo de cobertura en Trade Shows.** El Licitante Ganador, deberá generar cobertura de medios especializados en la industria turística, turismo de ocio y de reuniones (y otras fuentes relevantes), en las ferias de turismo en las que participen Los Cabos, de conformidad con el Plan de Trabajo a que hace referencia el numeral **C.1.** del presente Anexo Técnico.

**C.2.8. Programa de eventos y activaciones BTL.** EL Licitante Ganador, deberá considerar en el **Plan de Trabajo** del presente Anexo Técnico, la conceptualización y organización de los eventos y activaciones *BTL* necesarias para atender a las audiencias objeto del servicio, el cual considerará la identificación de necesidades, conceptualización, organización convocatoria, *staffing* y operación del evento. El Licitante Ganador deberá organizar los eventos y activaciones como

proyecto llave en mano, para lo cual podrá hacer uso de los servicios externos especializados, que en su caso apruebe **FITURCA**.

- a) Cuando la realización de eventos y activaciones *BTL* requiera de la prestación de servicios por parte de terceros, se deberá contratar un proveedor especializado en la integración de eventos.

**C.2.9. Programa de comunicados de prensa:** El Licitante Ganador deberá identificar oportunidades para proponer un calendario de boletines de prensa en medios enfocada a los potenciales consumidores del producto turístico de LOS CABOS en el mercado de Canadá, el servicio considera la redacción y distribución de boletines a través de los canales establecidos para tal efecto, que resalten el producto único del destino.

**C.3. ELABORACIÓN DE REPORTE DE SERVICIOS.** El Licitante Ganador deberá elaborar reportes semanales, mensuales y anuales, además de un reporte de término de contrato que cubra todo el período de servicios ejecutados y un informe final de cierre que considere la totalidad de acciones realizadas, su costo, así como, los resultados obtenidos que refieran las fuentes de información que los sustenten, anexando las evidencias documentales que correspondan.

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

- a) Un resumen de las actividades realizadas durante la semana por el Licitante Ganador, que incluya una descripción breve de las actividades ejecutadas, fechas, participantes.

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

- a) Un resumen de las actividades realizadas en el mes por el Licitante Ganador, que incluya una descripción breve de las actividades ejecutadas, 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.

**III.** Los reportes anuales de servicios deberán 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, los resultados obtenidos conforme a los objetivos y metas de las acciones que correspondan, así como los resultados cuantitativos y/o cualitativos conforme a lo programado en el **Plan de Trabajo**.

**IV.** El informe final de cierre de contrato, deberá considerar cuando menos la siguiente información:

- a) La totalidad de acciones realizadas durante el período contratado conforme al Plan de Trabajo final, que integre los resultados obtenidos conforme a los objetivos y metas de las acciones que correspondan.

**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**, como son: viajes de prensa individuales y grupales, acciones de manejo de crisis, entre otros, 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 de **FITURCA** para revisión y aprobación, las facturas, los informes referidos en el apartado **C.3.**, 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	Descripción	Formato Comprobación
<b>1. Creación de Mensajes y Contenido.</b>	Cuando se lleve a cabo conforme al <b>Plan de Trabajo</b> e integrado al reporte mensual de resultados.	Relación de mensajes y contenido creado para el destino con una breve descripción, objetivo, audiencia, mercado y medio de difusión.  Relación de protocolos y lineamientos creados, que integre una breve descripción, objetivo y autoridad, socio comercial o miembro de la industria para el cual fue elaborado, en caso de haber sido elaborado.  Relación de requerimientos de prensa de Canadá atendidos, señalando breve descripción, objetivo y autoridad, socio comercial o miembro de la	Medio electrónico / formato PDF.

Actividad	Periodicidad	Descripción	Formato Comprobación
		<p>industria para el cual fue elaborado.</p> <p>Testigos.</p> <p>Reporte semanal de cobertura de medios y testigos a que hace referencia la actividad 6 "Monitoreo de Medios" del presente apartado.</p>	
<b>2. Asesoría en asuntos críticos y/o crisis.</b>	Mensual	<p>Relación de asuntos críticos identificados, breve descripción de las estrategias desarrolladas para su gestión, mensajes y/o contenidos elaborados, objetivo, audiencia, mercado(s) y medio de difusión.</p> <p>Listado de mensajes elaborados y entregados a socios internos y autoridades para la gestión de las crisis que se hubieran presentado durante la vigencia del contrato.</p> <p><i>Clippings.</i></p>	Medio electrónico / formato PDF.
<b>3. Gabinete de Prensa.</b>	Mensual	<p>Listado de interacciones con medios, y comprobante de la cobertura en impactos logrados en el mercado de Canadá</p> <p>Listado de acciones de cobertura asegurada para el destino, objetivo, ángulos con los que se trabajó, medios, alcance y reportero.</p> <p><i>Clippings.</i></p>	Medio electrónico / formato PDF.
<b>4. Entrevistas en medios de Alto</b>	Mensual	Relación de entrevistas gestionadas con medios de alto impacto, señalando en un	Medio electrónico / formato PDF.

Actividad	Periodicidad	Descripción	Formato Comprobación
<b>Impacto en el mercado de Canadá.</b>		<p><i>briefing book</i> la descripción, objetivo, participantes como voceros, medios, cobertura y segmento alcanzado, perfil del medio, periodistas y mensajes clave obtenidos.</p> <p><i>Clippings.</i></p>	
<b>5. Viajes de Prensa e influencers individuales y grupales.</b>	Cuando se lleven a cabo conforme al <b>Plan de Trabajo</b> e integrados dentro del reporte mensual	<p>Ficha técnica de cada viaje prensa realizado con la siguiente información:</p> <p>Participantes, período en que se llevó a cabo, agenda, actividades realizadas, en el caso de medios de comunicación, fechas estimadas de publicación en medios, monitoreo de noticias y reporte con los testigos (<i>clipping</i>) cuantificación del Retorno de Inversión (ROI).</p> <p>Testigos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Notas de Prensa generadas.</li> <li>• <i>Clippings.</i></li> <li>• Cuantificación de Retorno de Inversión determinado con base en la proporción inversión realizada entre el valor de cobertura de medios lograda.</li> </ul>	Medio electrónico / formato PDF.
<b>6. Monitoreo de Medios.</b>	Semanal	<p>Reporte semanal de cobertura de medios lograda, que incluya breve descripción del contenido publicado, tipo y nombre del medio, impactos obtenidos, alcance por mercado y acción de los servicios a la que está vinculada.</p> <p><i>Clippings.</i></p>	Medio electrónico / formato PDF.

Actividad	Periodicidad	Descripción	Formato Comprobación
		<p>En el caso de que se identifiquen asuntos críticos o de crisis que pudieran afectar la imagen de Los Cabos se deberá iniciar con las acciones referidas en el numeral <b>C.2.2. "Asesoría en asuntos críticos y/o crisis"</b>, del presente Anexo Técnico y la comprobación estará sujeta a lo señalado en el punto 2 del presente numeral.</p>	
<p><b>7. Apoyo de cobertura en Trade Shows.</b></p>	<p>Cuando se lleven a cabo conforme al Plan de Trabajo e integrados dentro del reporte mensual</p>	<p>Relación de ferias en las que se logró cobertura, oportunidades gestionadas, cobertura generada incluyendo perfiles de medios, periodistas y mensajes obtenidos para cada uno.</p> <p><i>Clippings.</i></p>	<p>Medio electrónico / formato PDF.</p>
<p><b>8. Programa de eventos y activaciones BTL.</b></p>	<p>Cuando se lleve a cabo conforme al Plan de Trabajo e integrados dentro del reporte mensual.</p>	<p>Calendario de eventos y activaciones.</p> <p>Testigos de ejecución.</p>	<p>Medio electrónico / formato PDF.</p>
<p><b>9. Programa de comunicados de prensa.</b></p>	<p>Cuando se lleve a cabo conforme al Plan de Acción e integrados dentro del</p>	<p>Calendario editorial de boletines, boletines redactados, medio de difusión y resultados de cobertura lograda.</p> <p>Testigos.</p>	<p>Medio electrónico / formato PDF.</p>

Actividad	Periodicidad	Descripción	Formato Comprobación
	reporte mensual	Boletín difundido, relación de notas publicadas y clipping de las notas publicadas a raíz del boletín. Deberá incluir en valor publicitario, impactos, impresiones u otra medida acordada previamente con <b>FIGURCA</b> .	

**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 a tiempo completo:

Puesto	Cantidad
Director de Cuenta y Crisis con perfil senior	1
Experto Corporativo en Medios	1
Jefe de Relaciones con Medios al Consumidor e Industria	1
Ejecutivo de apoyo con medios	1
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>

La plantilla de personal del Licitante Ganador deberá estar asignada preferentemente para cumplir con las actividades y servicios previstos en el contrato y a efecto de evitar deficiencias, incumplimientos o incurrir en posibles conflictos de interés y competencia desleal, se abstendrá de prestar servicios a otros destinos turísticos de carácter nacional o internacional con los recursos humanos asignados para el presente contrato, quienes deberán en todo momento enfocar sus esfuerzos a la prestación de los servicios objeto del presente procedimiento de contratación.

La plantilla de personal asignada por el Licitante Ganador, para la prestación de los servicios a **FIGURCA**, 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 proporcionará cualquier información que sea solicitada durante la vigencia de la prestación de los servicios.

El personal dedicado a la cuenta deberá notificar al el Administrador del Contrato designado por **FIGURCA** 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, 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, 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.

Los viáticos y gastos del personal del Licitante Ganador para la realización de las actividades encomendadas, deberán estar identificados y aprobados por **FITURCA**, 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.

**E. PERÍODO.** La prestación de los servicios será a partir del **1 de junio de 2024 al 31 de mayo de 2026**, el equivalente a **729 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 **\$10´000,000.00 (DIEZ MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.)**, conforme a la estimación de presupuesto aprobada por el Comité Técnico de **FITURCA**.

El presupuesto se integrará por:

- I. Iguala mensual que cubrirá los siguientes numerales de servicios mencionados en este Anexo Técnico: **C.1, C.2, C.2.1, C.2.2, C.2.3, C.2.4, C.2.5, C.2.5 a), C.2.5 b), C.2.5 e), C.2.6, C.2.6. a), C.2.7, C.2.8. C.2.9 y C.3.**
- II. Por un componente de gastos variables descritos en los siguientes numerales contratados por cuenta de la agencia y con aprobación previa de **FITURCA** para realizar las acciones sustantivas de dicho contrato, no procederán comisiones por gastos a terceros: **C.2.5. c) y d), C.2.6 b), C.2.8 a)**, servicios externos especializados necesarios

Para tal efecto el Licitante Ganador 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 **FITURCA**.

**H. POLÍTICAS PRESUPUESTALES.** **FITURCA**, 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 **FITURCA** 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 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.

**FITURCA** no 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**, modificaciones al mismo o cualquier otro que no se encuentren aprobados, en términos de 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, 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.

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

Rúbricas:

**FITURCA**

**Cabo San Lucas, Baja California Sur, México, a los 6 días del mes de mayo de 2024.**



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



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