

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 SERVICIO INTEGRAL DE INTELIGENCIA DEL MERCADO TURÍSTICO EN LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.

A. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO OBJETO DE LA CONTRATACIÓN. El servicio 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**, es el siguiente:

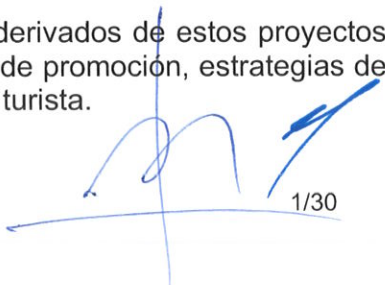
OBJETIVO GENERAL. Contratar el **Servicio Integral de inteligencia del mercado turístico en Los Cabos, Baja California Sur**, con el objeto de incrementar el conocimiento y áreas de oportunidad entre los turistas actuales al destino y así poder con estudios que brinden:

- Información técnica de alta calidad.
- Continuidad y estandarización metodológica.
- Apoyo a la planeación estratégica del destino.
- Uso de recursos públicos basado en resultados.
- Cumplimiento de las mejores prácticas de inteligencia de mercados turísticos.

Esto convierte los estudios en herramientas esenciales de gobernanza turística para **FITURCA**, alineadas con sus objetivos de desarrollo sostenible, competitividad e innovación.

B. JUSTIFICACIÓN GENERAL. Contratar el **Servicio Integral de inteligencia del mercado turístico en Los Cabos, Baja California Sur**, con el objeto de que contar con información estratégica, objetiva y actualizada que respalde la toma de decisiones en materia de promoción, planificación, sostenibilidad y desarrollo turístico del destino.

- 1. Obtención de datos confiables y representativos.** La ejecución profesional de encuestas garantiza el levantamiento de información con metodologías estadísticamente válidas y operativamente replicables. Esto permite que **FITURCA** cuente con datos sólidos que respalden sus acciones ante autoridades, aliados estratégicos y actores relevantes del sector turístico.
- 2. Toma de decisiones basada en evidencia.** Los estudios derivados de estos proyectos brindan información clave para diseñar políticas, campañas de promoción, estrategias de segmentación, y propuestas de mejora en la experiencia del turista.



1/30

3. **Seguimiento y evaluación de impactos.** La medición periódica del perfil, la satisfacción del visitante y la percepción de la comunidad permite conocer la evolución del turismo en Los Cabos, así como, evaluar los resultados de acciones previas implementadas por FITURCA.
4. **Cumplimiento de estándares técnicos y operativos.** Las empresas especializadas cuentan con el personal, los sistemas de captura de datos, la capacidad de procesamiento estadístico, la logística y la infraestructura para llevar a cabo investigaciones de manera profesional, eficaz y eficiente.
5. **Racionalización de recursos.** Concentrar los levantamientos en una misma empresa bajo un contrato marco mejora la eficiencia administrativa, reduce costos por economías de escala y asegura la estandarización metodológica en los distintos estudios.

En este contexto, en aras de integrar los indicadores que generan el estudio y contextualizarla con el resto de las fuentes, así como, lograr un mejor aprovechamiento de la información, es que se deben de tener varios tipos de enfoques:

1. Continuar con el monitoreo de las principales variables que se han venido estudiando en El destino, de manera que se pueda seguir comparando los datos históricos generados.
2. Reforzar algunos de los puntos metodológicos y/o de contenidos que permitan optimizar los recursos disponibles.
3. Incluir nuevos temas y/o formas de medir algunos puntos para contar con información más completa y detallada que facilite una mejor toma de decisiones.

C. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR: Contratación de una empresa que presente a FITURCA un **Plan de Trabajo** individual para cada proyecto que forme parte de los servicios de desarrollo de investigación. Dichos proyectos deberán coadyuvar a profundizar en el conocimiento de los visitantes del destino, siendo los siguientes:

- **Proyecto 1:** Encuestas de salida a turistas que visitaron Los Cabos (Aeropuerto Internacional de Los Cabos – SJD).
- **Proyecto 2:** Encuestas de salida a turistas que visitaron Los Cabos (Aeródromo de Los Cabos - CSL).
- **Proyecto 3:** Servicio de Estudio de perfil y satisfacción del turista de los usuarios del vuelo SJD-FRA 2025-2026.
- **Proyecto 4:** Servicio de Estudio de perfil y satisfacción del turista de los usuarios del vuelo SJD-FRA 2026-2027.
- **Proyecto 5:** Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en los Cabos, Baja California Sur 2025.
- **Proyecto 6:** Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en Los Cabos, Baja California Sur 2026.



- **Proyecto 7:** Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en Los Cabos, Baja California Sur 2027.
- **Proyecto 8:** Estudio de la relevancia económica de la Industria de Reuniones en Baja California Sur 2025.
- **Proyecto 9:** Estudio de la relevancia económica de la Industria de Reuniones en Baja California Sur 2027.
- **Proyecto 10:** Encuesta de perfil y satisfacción del turista - Segmento de Aviación Privada.

Cada uno de estos estudios deberá incluir:

1. Diseño e integración del cuestionario a utilizar.
2. Levantamiento de encuestas.
3. Integración de resultados en reportes mensuales, finales y/o uno anual con los principales resultados.

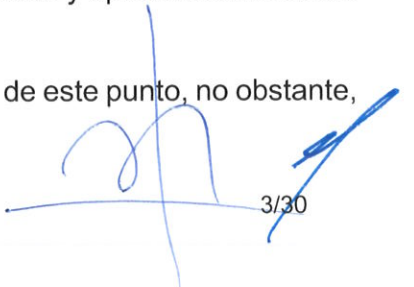
C.1. DISEÑO E INTEGRACIÓN DEL CUESTIONARIO A UTILIZAR. El Licitante Ganador propondrá un cuestionario, mismo que será revisado por el Administrador del Contrato designado por **FITURCA**, para que los cuestionamientos se encuentren enfocados hacia:

- a) Las principales variables que se han venido estudiando en los destinos, de manera que se pueda seguir comparando los datos históricos generados.
- b) Se refuercen algunos de los puntos metodológicos y/o de contenidos que permitan optimizar los recursos disponibles.
- c) Incluir nuevos temas y/o formas de medir algunos puntos para contar con información más completa y detallada que facilite una mejor toma de decisiones.

C.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DEL LEVANTAMIENTO DE ENCUESTAS. El Licitante Ganador deberá coordinar la recolección de encuestas aplicadas por un encuestador en una modalidad de cara a cara y para esto deberá considerar los siguientes elementos:

- Realizará las encuestas individuales cara a cara estrictamente. (Se excluyen cuestionarios auto aplicados o que no cuenten con la supervisión directa del encuestador para evitar respuestas vacías o mal entendidas).
- Propondrá los puntos de levantamiento en cada destino y la logística para definir el levantamiento.
- Establecerá el idioma de los cuestionarios.
- Planteará los días de levantamiento o, en su caso, delimitará los criterios para que, una vez adjudicado el servicio, defina con antelación el calendario de levantamiento.
- Excluirá del análisis a excursionistas y, por lo tanto, pasajeros en crucero.
- Propondrá los filtros a los entrevistados.
- Considerará otros elementos que permitan mejorar el levantamiento y aprovechamiento de la información.

Nota: **FITURCA** colaborará en la medida de lo posible con el desarrollo de este punto, no obstante,



3/30

el Licitante Ganador será responsable de tramitar los permisos requeridos ante las autoridades competentes.

C.3. INTEGRACIÓN DE LOS RESULTADOS EN UN REPORTE MENSUAL Y ANUAL CON LOS PRINCIPALES RESULTADOS. Será responsabilidad del Licitante Ganador preparar un documento en un archivo de *Power Point* para cada uno de los meses de levantamiento y/o un reporte anual o final que contenga el procesamiento y presentación de los resultados de los estudios.

D. ESTUDIOS A DESARROLLAR. El Licitante Ganador deberá integrar y desarrollar los siguientes estudios:

D.1. Proyecto 1: Encuestas de salida a turistas que visitaron Los Cabos (Aeropuerto Internacional de Los Cabos – SJD).

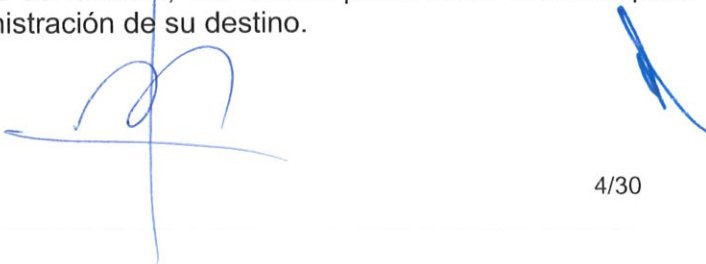
D.1.1. Objetivo. Determinar el perfil de los visitantes y medir el nivel de satisfacción de los servicios utilizados en el mismo. La ejecución de dicho estudio permitirá incrementar el conocimiento y áreas de oportunidad entre los turistas actuales al destino y así poder cumplir con los siguientes objetivos:

- Clasificar a los turistas con base en su perfil sociodemográfico.
- Conocer los hábitos de viaje, de consumo y gasto en servicios turísticos en el destino.
- Generar un indicador de satisfacción global del turista y por tipo de servicio consumido en el destino. Identificar fortalezas y áreas de oportunidad del destino, a través de las variables que determinan su satisfacción.

D.1.2. Justificación. Contratar el Servicio de Encuestas de salida a turistas que visitaron Los Cabos (Aeropuerto Internacional de Los Cabos – SJD), con el objeto de que se realice un análisis que permita determinar el perfil de turista que visita Los Cabos, las razones por las cuales eligió el destino y su comportamiento en él durante su estancia (lugares visitados, gustos y preferencias, etc.).

Al caracterizar o perfilar a los consumidores nacionales y extranjeros de servicios turísticos mediante sus atributos sociodemográficos, así como, por sus hábitos de viaje vinculados con la satisfacción, será posible identificar los distintos grupos de turistas que llegan y cuál es la satisfacción que tienen con las experiencias de viaje que pueden vivir en Los Cabos. Con el análisis de estos segmentos, se pueden identificar los mecanismos para mejorar la oferta turística en el destino, potencializar la llegada de turistas al país y fomentar la lealtad de los turistas.

Es claro que actualmente un destino turístico debe su éxito a tener turistas satisfechos, toda vez que esta satisfacción produce que los turistas tengan la intención de regresar y recomendar el sitio visitado. En este sentido, con los resultados del estudio, Los Cabos podrá tener insumos para mejorar de forma asertiva y creativa la administración de su destino.



En este contexto, en aras de integrar los indicadores que generan el estudio y contextualizarla con el resto de las fuentes, así como, lograr un mejor aprovechamiento de la información, es que se deben de tener varios tipos de enfoques:

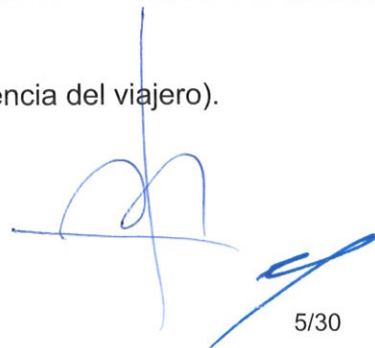
1. Continuar con el monitoreo de las principales variables que se han venido estudiando en el destino, de manera que se pueda seguir comparando los datos históricos generados.
2. Reforzar algunos de los puntos metodológicos y/o de contenidos que permitan optimizar los recursos disponibles.
3. Incluir nuevos temas y/o formas de medir algunos puntos para contar con información más completa y detallada que facilite una mejor toma de decisiones.

La información generada por este estudio puede ser utilizada como un insumo en el desarrollo de estrategias efectivas para la planeación, desarrollo y consolidación de la oferta turística, así como, para involucrar y promover al sector privado a fin de que se lleven a cabo acciones que incrementar el nivel de competitividad del destino turístico, teniendo por referente el grado de satisfacción que reportan los turistas y las variables que influyen en éste.

D.1.3. Universo de la muestra. Las entrevistas no podrán ser inferiores a 250 por mes para el destino y se explicará la manera en la que se asignará la cantidad de encuestas para el mercado nacional y el internacional en cada mes.

D.1.4. Integración de los resultados. Será responsabilidad del Licitante Ganador preparar un documento en un archivo de *Power Point* para cada uno de los meses de levantamiento y reportes anuales que abarque el procesamiento y presentación de los resultados de las encuestas a turistas nacionales y/o internacionales, mayores de 18 años, que estén próximos a terminar su viaje para que la experiencia de viaje pueda ser evaluada en su totalidad, por lo que las encuestas tendrán que ser realizadas en las salas de última espera de los aeropuertos, mismas deberán contener la siguiente información:

- Perfil sociodemográfico de los turistas en cada temporada (edad, género, origen, ingreso, ocupación, etc.).
- Hábitos de viaje (estadía, tamaño del grupo, anticipación de reservación, canal de reservación, actividades, entre otros).
- Accesibilidad al destino y transportación.
- Evaluación sobre:
 - Atractivos y oferta turística.
 - Servicios de hospedaje.
 - Servicios de alimentos y bebidas.
 - Servicios de excursión y guías.
 - Costo de los servicios turísticos.
- Experiencia en el destino (elementos que detonan la experiencia del viajero).
- Imagen del destino.
- Satisfacción y recomendación.
- Gasto por turista y su composición.



Para cada uno de los servicios prestados en el destino, se evaluará la calidad, la relación valor/precio y la disponibilidad, lo cual permitirá conocer también cómo influyen estas variables en el nivel de satisfacción general del turista en el destino.

Además, el Licitante Ganador deberá entregar una vez que termine un ciclo anual (enero a diciembre), los siguientes reportes temáticos (con la misma estructura previamente descrita), mismos que tendrán que ser validados previamente por **FITURCA** previa a su elaboración final y con la posibilidad de intercambiar por otros temas que sean relevantes en ese momento (en la evaluación de los servicios se evaluará solo aquellos que sean relevantes para el segmento mencionado):

1. Turistas que realizaron actividades terrestres o acuáticas.
2. Turistas que realizaron pesca.
3. Turistas que viajaron al destino para asistir a eventos sociales, bodas y reuniones.
4. Turistas que realizaron actividades de Yoga, spa y bienestar.
5. Segmentación por nivel socioeconómico.
6. Turistas que se identifiquen como LGBTQ+
7. Turistas que se hospedaron en tiempo compartido.
8. Por medio de hospedaje pagado (*Airbnb*, hotel y segundas residencias).
9. Viajeros solos, en pareja y familiares.
10. Turistas que además de Los Cabos, visitaron otros destinos del estado de Baja California Sur.
11. Turistas gastronómicos.
12. Por medio de compra (agencias de viajes e internet).
13. Nacionales y extranjeros (desagregado por EEUU, Canadá y otros).
14. Reporte estatal.

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- 24 reportes mensuales.
- 2 reportes anuales (incluyendo en su caso los resultados recabados en el Proyecto 2).
- 28 reportes temáticos (incluyendo en su caso los resultados recabados en el Proyecto 2).
- Bases de datos de los levantamientos en formato SPPS y Excel ya etiquetados.

D.2. Proyecto 2: Encuestas de salida a turistas que visitaron Los Cabos (Aeródromo de Los Cabos - CSL).

D.2.1. Objetivo. Realizar un levantamiento de información sobre el turista que utiliza el aeródromo de Cabo San Lucas (CSL) para medir su perfil, hábitos de viaje y niveles de satisfacción sobre la experiencia vivida en el destino de acuerdo a la misma estructura de cuestionario que se utiliza en el Proyecto 1 (levantamiento de encuestas en el Aeropuerto Internacional de Los Cabos (SJD)).

D.2.1. Justificación. El destino turístico de Los Cabos ha experimentado un crecimiento sostenido en la llegada de visitantes nacionales e internacionales a través de diversas terminales aéreas. Si

bien el Aeropuerto Internacional de Los Cabos (SJD) concentra el mayor volumen de pasajeros, el aeródromo de Cabo San Lucas (CSL) también constituye una puerta de entrada y salida estratégica para un segmento importante de turistas, particularmente en vuelos privados, aviación general y vuelos chárter.

Actualmente, se cuenta con un mecanismo de levantamiento de encuestas de salida en el Aeropuerto SJD (Proyecto 1), el cual permite obtener información sistematizada y confiable sobre el perfil del turista, sus hábitos de viaje y su nivel de satisfacción general. Sin embargo, el Aeródromo CSL ha quedado fuera de esta medición, lo que genera una brecha en la representatividad y precisión del análisis del comportamiento del turista que visita Los Cabos en su totalidad.

Para garantizar una medición más completa, representativa y territorialmente equilibrada, se requiere incorporar al Aeródromo de Cabo San Lucas en el sistema de encuestas de salida. Esta terminal aérea atiende a un tipo de viajero que puede diferir significativamente del perfil promedio registrado en el aeropuerto internacional, tanto por sus motivaciones de viaje, nivel socioeconómico, tiempo de estancia, como por sus expectativas y experiencias vividas en el destino.

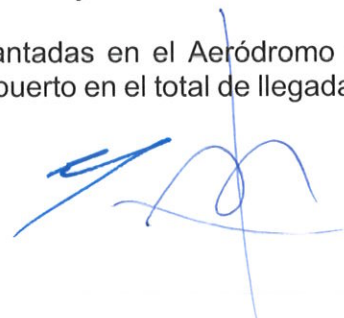
Sin esta información, se corre el riesgo de excluir a un grupo de turistas cuyas preferencias y percepciones pueden tener un peso relevante en la toma de decisiones estratégicas para la mejora de servicios, productos turísticos, promoción e infraestructura en el destino.

D.2.3. Universo de la muestra. Las entrevistas no podrán ser inferiores a 50 (cincuenta) por mes para el destino y se explicará la manera en la que se asignará la cantidad de encuestas para el mercado nacional y el internacional en cada mes.

D.2.4. Integración de los resultados en reportes cuatrimestrales y anual con los principales resultados. Será responsabilidad del Licitante Ganador preparar un documento en un archivo de *Power Point* para cada uno de los cuatrimestres de levantamiento y un reporte anual que abarque el procesamiento y presentación de los resultados de las encuestas a turistas nacionales y/o internacionales, mayores de 18 años, que estén próximos a terminar su viaje para que la experiencia de viaje pueda ser evaluada en su totalidad, por lo que las encuestas tendrán que ser realizadas en las salas de última espera de los aeropuertos, que contenga la misma estructura que el mencionado en el levantamiento del Proyecto 1: Encuestas a turistas en el aeropuerto internacional de Los Cabos (SJD).

En este caso, se entregarán 3 reportes cuatrimestrales y un reporte anual de este aeropuerto por año vigente del proyecto. Además, los resultados anuales se integrarán al reporte anual del destino del Proyecto 1 y a los reportes temáticos mencionados en el Proyecto 1.

Para la elaboración del reporte anual, las encuestas levantadas en el Aeródromo deberán ser ponderadas de acuerdo al peso actual que tenga este aeropuerto en el total de llegadas al destino.



ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- 3 reportes cuatrimestrales por año vigente del proyecto (con el procesamiento de 200 encuestas cada uno).
- 2 reportes anuales (con el procesamiento de 600 encuestas) por año (enero a diciembre) de vigencia del proyecto.
- Los resultados anuales se integrarán al reporte anual del destino y los reportes temáticos mencionados en el Proyecto 1.
- Bases de datos de los levantamientos en formato SPPS y Excel ya etiquetados.

D.3. Proyecto 3: Servicio de Estudio de perfil y satisfacción del turista de los usuarios del vuelo SJD-FRA 2025-2026.

D.3.1. Objetivo. Contratar el Servicio de estudio de perfil y satisfacción del turista de los usuarios del vuelo SJD-FRA (fechas por definir de acuerdo con la aerolínea), para el Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, con la finalidad de caracterizar al turista que visita Los Cabos en el vuelo Los Cabos – Frankfurt (SJD-FRA), sus variables sociodemográficas, hábitos y preferencias de viaje así como evaluar su satisfacción sobre los servicios consumidos.

Objetivos particulares:

- Clasificar a los turistas con base en su perfil sociodemográfico.
- Conocer los hábitos de viaje, de consumo y gasto en servicios turísticos en el destino.
- Generar un indicador de satisfacción global del turista y por tipo de servicio consumido en los destinos seleccionados.
- Identificar fortalezas y áreas de oportunidad del destino, a través de las variables que determinan su satisfacción.
- Determinar los factores que influyen en que la experiencia del turista sea satisfactoria.
- Medir la intención de regresar al destino.
- Medir el nivel de recomendación.

D.3.2. Justificación. Comprender las características, necesidades y preferencias del turista que utiliza el vuelo SJD-FRA es esencial para diseñar estrategias de *marketing* y servicios ajustados a su perfil, maximizando así la experiencia del visitante y las oportunidades de negocio para Los Cabos. Al entender mejor el perfil del turista que viaja en esta ruta, **FITURCA** puede ajustar y perfeccionar sus campañas de promoción en el mercado europeo, especialmente en Alemania.

Asimismo, conocer el nivel de satisfacción de estos turistas permite identificar áreas de mejora en los servicios y experiencias ofrecidas, garantizando que Los Cabos continúe siendo un destino atractivo y de alta calidad para el mercado internacional. Los datos recopilados proporcionarán información valiosa para la toma de decisiones en áreas como inversión en infraestructura, promociones, asociaciones con empresas locales y colaboraciones con aerolíneas.

Además, a través de este estudio, es posible descubrir nichos de mercado no explotados o áreas de interés emergente entre los turistas, lo que podría conducir al desarrollo de nuevos productos o servicios turísticos. Mantenerse informado y adaptarse a las necesidades del turista internacional es esencial para que Los Cabos mantenga su posición competitiva frente a otros destinos.

Finalmente, la información generada por este estudio, implica una retroalimentación directa y sin intermediarios de los turistas, lo cual es invaluable para adaptar y mejorar la oferta turística de forma efectiva.

D.3.3. Universo de la muestra. Se plantea la realización de 300 encuestas por el proyecto a los usuarios del vuelo SJD-FRA (fechas por definir con la aerolínea), para el Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, por el período por definir con la aerolínea de noviembre 2025 a abril 2026, cuando aborden los turistas que salen del destino.

D.3.4. Integración de los resultados con los hallazgos principales. Será responsabilidad del Licitante Ganador preparar un documento en un archivo de *Power Point* que abarque el procesamiento y presentación de los resultados de las encuestas a los usuarios del vuelo, mayores de 18 años, que estén próximos a terminar su viaje para que la experiencia de viaje pueda ser evaluada en su totalidad, por lo que las encuestas tendrán que ser realizadas en las salas de última espera de los aeropuertos, que contenga la misma estructura que el mencionado en el levantamiento del Proyecto 1: Encuestas a turistas en el aeropuerto internacional de Los Cabos (SJD), que contenga los resultados del estudio, que deberá incluir, de forma enunciativa más no limitativa, la siguiente información:

1. **Perfil sociodemográfico de los turistas** (edad, género, origen, ingreso, ocupación, etc.).
2. **Hábitos de viaje** (estadía, tamaño del grupo, anticipación de reservación, canal de reservación, actividades, entre otros).
3. **Accesibilidad al destino y transportación.**
4. **Evaluación sobre:**
 - Atractivos y oferta turística.
 - Servicios de hospedaje.
 - Servicios de alimentos y bebidas.
 - Servicios de excursión y guías.
 - Costo de los servicios turísticos.
5. **Imagen del destino.**
6. **Satisfacción y recomendación de los visitantes.**

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- Cuestionario final
- Reporte en Power Point con la información descrita previamente, así como, resumen de principales hallazgos.
- Base de datos con las variables etiquetadas para su posterior explotación y análisis para cada medición en Excel y/o SPSS.

D.4. Proyecto 4: Servicio de Estudio de perfil y satisfacción del turista de los usuarios del vuelo SJD-FRA 2026-2027.

D.4.1. Objetivo. Contratar el Servicio de estudio de perfil y satisfacción del turista de los usuarios del vuelo SJD-FRA (fechas por definir de acuerdo con la aerolínea), para el Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, con la finalidad de caracterizar al turista que visita Los Cabos en el vuelo Los Cabos – Frankfurt (SJD-FRA), sus variables sociodemográficas, hábitos y preferencias de viaje así como evaluar su satisfacción sobre los servicios consumidos.

Objetivos particulares:

- Clasificar a los turistas con base en su perfil sociodemográfico.
- Conocer los hábitos de viaje, de consumo y gasto en servicios turísticos en el destino.
- Generar un indicador de satisfacción global del turista y por tipo de servicio consumido en los destinos seleccionados.
- Identificar fortalezas y áreas de oportunidad del destino, a través de las variables que determinan su satisfacción.
- Determinar los factores que influyen en que la experiencia del turista sea satisfactoria.
- Medir la intención de regresar al destino.
- Medir el nivel de recomendación.

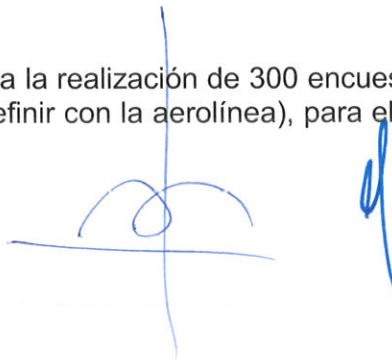
D.4.2. Justificación. Comprender las características, necesidades y preferencias del turista que utiliza el vuelo SJD-FRA es esencial para diseñar estrategias de *marketing* y servicios ajustados a su perfil, maximizando así la experiencia del visitante y las oportunidades de negocio para Los Cabos. Al entender mejor el perfil del turista que viaja en esta ruta, **FITURCA** puede ajustar y perfeccionar sus campañas de promoción en el mercado europeo, especialmente en Alemania.

Asimismo, conocer el nivel de satisfacción de estos turistas permite identificar áreas de mejora en los servicios y experiencias ofrecidas, garantizando que Los Cabos continúe siendo un destino atractivo y de alta calidad para el mercado internacional. Los datos recopilados proporcionarán información valiosa para la toma de decisiones en áreas como inversión en infraestructura, promociones, asociaciones con empresas locales y colaboraciones con aerolíneas.

Además, a través de este estudio, es posible descubrir nichos de mercado no explotados o áreas de interés emergente entre los turistas, lo que podría conducir al desarrollo de nuevos productos o servicios turísticos. Mantenerse informado y adaptarse a las necesidades del turista internacional es esencial para que Los Cabos mantenga su posición competitiva frente a otros destinos.

Finalmente, la información generada por este estudio, implica una retroalimentación directa y sin intermediarios de los turistas, lo cual es invaluable para adaptar y mejorar la oferta turística de forma efectiva.

D.4.3. Universo de la muestra. Se plantea la realización de 300 encuestas por el proyecto a los usuarios del vuelo SJD-FRA (fechas por definir con la aerolínea), para el Fideicomiso de Turismo



de Los Cabos, por el período por definir con la aerolínea de noviembre 2026 a abril 2027, cuando aborden los turistas que salen del destino.

D.4.4. Integración de los resultados. Será responsabilidad del Licitante Ganador preparar un documento en un archivo de *Power Point* que abarque el procesamiento y presentación de los resultados de las encuestas a los usuarios del vuelo, mayores de 18 años, que estén próximos a terminar su viaje para que la experiencia de viaje pueda ser evaluada en su totalidad, por lo que las encuestas tendrán que ser realizadas en las salas de última espera de los aeropuertos, que contenga la misma estructura que el mencionado en el levantamiento del Proyecto 1: Encuestas a turistas en el aeropuerto internacional de Los Cabos (SJD), que contenga los resultados del estudio, que deberá incluir, de forma enunciativa más no limitativa, la siguiente información:

1. **Perfil sociodemográfico de los turistas** (edad, género, origen, ingreso, ocupación, etc.).
2. **Hábitos de viaje** (estadía, tamaño del grupo, anticipación de reservación, canal de reservación, actividades, entre otros).
3. **Accesibilidad al destino y transportación.**
4. **Evaluación sobre:**
 - Atractivos y oferta turística.
 - Servicios de hospedaje.
 - Servicios de alimentos y bebidas.
 - Servicios de excursión y guías.
 - Costo de los servicios turísticos.
5. **Imagen del destino.**
6. **Satisfacción y recomendación de los visitantes.**

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

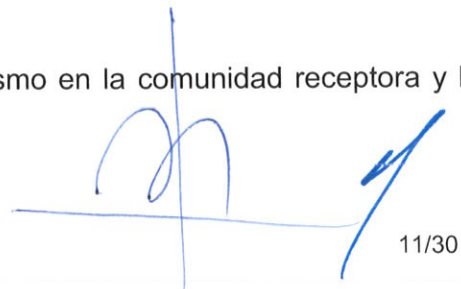
- Cuestionario final.
- Reporte en *Power Point* con la información descrita previamente, así como, resumen de principales hallazgos.
- Base de datos con las variables etiquetadas para su posterior explotación y análisis para cada medición en Excel y/o SPSS.

D.5. Proyecto 5: Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en los Cabos, Baja California Sur 2025.

D.5.1. Objetivo. Contratar el Servicio de Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en Los Cabos, Baja California Sur, con la finalidad de actualizar la percepción de la comunidad local del destino respecto al turista y los efectos del turismo en la localidad en comparación con mediciones anteriores (Ejercicios 2022, 2023 y 2024).

Objetivos particulares:

- Medir los efectos positivos y negativos del turismo en la comunidad receptora y los cambios en el tiempo.



- Identificar aquellos elementos del turismo que contribuyan a mejorar la sustentabilidad ambiental, social y económica en el destino.
- Medir las diferencias entre personas directamente relacionadas con el turismo y las que no, para identificar percepciones y opiniones respecto a la actividad turística.
- Recabar elementos para mejorar la comprensión del fenómeno turístico en el destino y el nivel de aceptación de la población local.
- Identificar la percepción del residente respecto del turista y su interacción entre ambos.

D.5.2. Justificación. La percepción de la comunidad en torno al turismo es uno de los elementos fundamentales para el logro del desarrollo local de los destinos turísticos, que debe ser considerado en la realización de proyectos de turismo enfocados en la participación de la población local, que busquen la solución y prevención de ciertas problemáticas, además de los tradicionales beneficios económicos que genera esta actividad, materializando la importancia del turismo como eje articulador del desarrollo local e identificar los elementos de la percepción de la comunidad que podrían contribuir en futuras investigaciones turísticas.

Además, el estudio de la percepción de la comunidad es un elemento fundamental que debe ser considerado desde la concepción de la realización de un proyecto turístico, ya que representa la oportunidad de conocer en profundidad la dinámica de los lugares con potencial turístico para, de alguna manera, realizar propuestas que cubran las necesidades básicas y más importantes, e incluso solucionar y prevenir problemáticas con el objetivo de favorecer a la comunidad donde se impulsa la actividad.

En este contexto, la información generada por este estudio puede ser utilizada como un insumo en el desarrollo de estrategias efectivas para la planeación, desarrollo y consolidación de la oferta turística, así como, para involucrar y promover al sector privado a fin de que se lleven a cabo acciones para incrementar el nivel de competitividad del destino turístico, teniendo por referente el grado de satisfacción que reportan los turistas y las variables que influyen en éste.

D.5.3. Universo de la muestra. Se plantea la realización de 300 encuestas por el proyecto a que residan en Cabo San Lucas o San José del Cabo (no necesariamente con INE del Estado).

D.5.4. Integración de los resultados. Será responsabilidad del Licitante Ganador preparar un documento en un archivo de *Power Point* que abarque el procesamiento y presentación de los resultados de las encuestas a los habitantes del Municipio de Los Cabos, Baja California Sur, mayores de 18 años, que deberá incluir, de forma enunciativa más no limitativa, la siguiente información:

1. El Licitante Ganador revisará los temas que se abordan por medio del cuestionario y se realizarán los cambios pertinentes respecto de las mediciones anteriores (Ejercicios 2022, 2023 y 2024) y detectar posibles temas de interés.
2. Dimensión socioeconómica:
 - a) El incremento de costo de vida en el destino y en particular la vivienda.
 - b) Apoyos para la vivienda de los trabajadores.

- c) Movilidad y tráfico en el destino.
3. Dimensión sociopolítica:
 - a) Mecanismos de participación ciudadana y vinculación gobierno-comunidad.
4. Dimensión socioambiental:
 - a) Manejo del agua, basura y residuos
 - b) Abastecimiento de agua y energía eléctrica.
 - c) Crecimiento futuro del destino.
 - d) Tráfico y movilidad.
5. Dimensión sociocultural:
 - a) Consumo de drogas y alcohol dentro de la población.
 - b) Crisis de talento y perspectivas de crecimiento profesional.

Ponderación: De acuerdo a INEGI, el 40% del empleo en Baja California Sur lo provee el turismo (Censos económicos 2019), por lo que se definirán cuotas para lograr una representación de los diferentes sectores que más empleo aportan al estado y comparar resultados entre segmentos.

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- Cuestionario actualizado.
- Reporte en *Power Point* en donde se incluirá el análisis y procesamiento de los temas mencionados en los temas a tratar previamente.
- Base de datos con las variables etiquetadas para su posterior explotación y análisis para cada medición en Excel y/o SPSS.

D.6. Proyecto 6: Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en Los Cabos, Baja California Sur 2026.

D.6.1. Objetivo. Contratar el Servicio de Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en Los Cabos, Baja California Sur, con la finalidad de actualizar la percepción de la comunidad local del destino respecto al turista y los efectos del turismo en la localidad en comparación con mediciones anteriores (Ejercicios 2022, 2023, 2024 y 2025).

Objetivos particulares:

- Medir los efectos positivos y negativos del turismo en la comunidad receptora y los cambios en el tiempo.
- Identificar aquellos elementos del turismo que contribuyan a mejorar la sustentabilidad ambiental, social y económica en el destino.
- Medir las diferencias entre personas directamente relacionadas con el turismo y las que no, para identificar percepciones y opiniones respecto a la actividad turística.
- Recabar elementos para mejorar la comprensión del fenómeno turístico en el destino y el nivel de aceptación de la población local.
- Identificar la percepción del residente respecto del turista y su interacción entre ambos.

D.6.2. Justificación. La percepción de la comunidad en torno al turismo es uno de los elementos

fundamentales para el logro del desarrollo local de los destinos turísticos, que debe ser considerado en la realización de proyectos de turismo enfocados en la participación de la población local, que busquen la solución y prevención de ciertas problemáticas, además de los tradicionales beneficios económicos que genera esta actividad, materializando la importancia del turismo como eje articulador del desarrollo local e identificar los elementos de la percepción de la comunidad que podrían contribuir en futuras investigaciones turísticas.

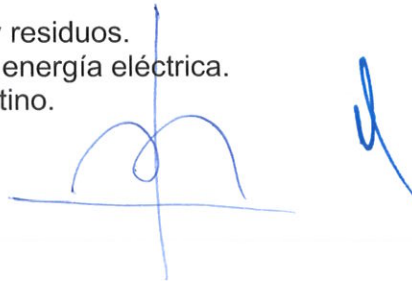
Además, el estudio de la percepción de la comunidad es un elemento fundamental que debe ser considerado desde la concepción de la realización de un proyecto turístico, ya que representa la oportunidad de conocer en profundidad la dinámica de los lugares con potencial turístico para, de alguna manera, realizar propuestas que cubran las necesidades básicas y más importantes, e incluso solucionar y prevenir problemáticas con el objetivo de favorecer a la comunidad donde se impulsa la actividad.

En este contexto, la información generada por este estudio puede ser utilizada como un insumo en el desarrollo de estrategias efectivas para la planeación, desarrollo y consolidación de la oferta turística, así como, para involucrar y promover al sector privado a fin de que se lleven a cabo acciones para incrementar el nivel de competitividad del destino turístico, teniendo por referente el grado de satisfacción que reportan los turistas y las variables que influyen en éste.

D.6.3. Universo de la muestra. Se plantea la realización de 300 encuestas por el proyecto a personas que residan en Cabo San Lucas o San José del Cabo (no necesariamente con INE del Estado).

D.6.4. Integración de los resultados. Será responsabilidad del Licitante Ganador preparar un documento en un archivo de *Power Point* que abarque el procesamiento y presentación de los resultados de las encuestas a los habitantes del Municipio de Los Cabos, Baja California Sur, mayores de 18 años, que contenga la misma estructura que el mencionado en el levantamiento del Proyecto 1: Encuestas a turistas en el aeropuerto internacional de Los Cabos (SJD), que contenga los resultados del estudio, que deberá incluir, de forma enunciativa más no limitativa, la siguiente información:

1. El Licitante Ganador revisará los temas que se abordan por medio del cuestionario y se realizarán los cambios pertinentes respecto de las mediciones anteriores (Ejercicios 2022, 2023, 2024 y 2025) y detectar posibles temas de interés.
2. Dimensión socioeconómica:
 - a) El incremento de costo de vida en el destino y en particular la vivienda.
 - b) Apoyos para la vivienda de los trabajadores.
 - c) Movilidad y tráfico en el destino.
3. Dimensión sociopolítica:
 - a) Mecanismos de participación ciudadana y vinculación gobierno-comunidad.
4. Dimensión socioambiental:
 - a) Manejo del agua, basura y residuos.
 - b) Abastecimiento de agua y energía eléctrica.
 - c) Crecimiento futuro del destino.



- d) Tráfico y movilidad.
5. Dimensión sociocultural:
- a) Consumo de drogas y alcohol dentro de la población.
 - b) Crisis de talento y perspectivas de crecimiento profesional.

Ponderación: De acuerdo a INEGI, el 40% del empleo en Baja California Sur lo provee el turismo (Censos económicos 2019), por lo que se definirán cuotas para lograr una representación de los diferentes sectores que más empleo aportan al estado y comparar resultados entre segmentos.

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- Cuestionario actualizado.
- Reporte en *Power Point* en donde se incluirá el análisis y procesamiento de los temas mencionados en los temas a tratar previamente.
- Base de datos con las variables etiquetadas para su posterior explotación y análisis para cada medición en Excel y/o SPSS.

D.7. Proyecto 7: Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en Los Cabos, Baja California Sur 2027.

D.7.1. Objetivo. Contratar el Servicio de Estudio de medición de la percepción de la comunidad receptora sobre el turista y el turismo en Los Cabos, Baja California Sur, con la finalidad de actualizar la percepción de la comunidad local del destino respecto al turista y los efectos del turismo en la localidad en comparación con mediciones anteriores (Ejercicios 2022, 2023, 2024, 2025 y 2026).

Objetivos particulares:

- Medir los efectos positivos y negativos del turismo en la comunidad receptora y los cambios en el tiempo.
- Identificar aquellos elementos del turismo que contribuyan a mejorar la sustentabilidad ambiental, social y económica en el destino.
- Medir las diferencias entre personas directamente relacionadas con el turismo y las que no, para identificar percepciones y opiniones respecto a la actividad turística.
- Recabar elementos para mejorar la comprensión del fenómeno turístico en el destino y el nivel de aceptación de la población local.
- Identificar la percepción del residente respecto del turista y su interacción entre ambos.

D.7.2. Justificación. La percepción de la comunidad en torno al turismo es uno de los elementos fundamentales para el logro del desarrollo local de los destinos turísticos, que debe ser considerado en la realización de proyectos de turismo enfocados en la participación de la población local, que busquen la solución y prevención de ciertas problemáticas, además de los tradicionales beneficios económicos que genera esta actividad, materializando la importancia del turismo como eje articulador del desarrollo local e identificar los elementos de la percepción de la comunidad que podrían contribuir en futuras investigaciones turísticas.

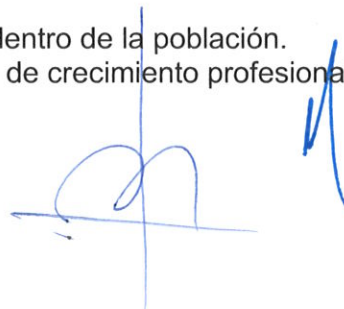
Además, el estudio de la percepción de la comunidad es un elemento fundamental que debe ser considerado desde la concepción de la realización de un proyecto turístico, ya que representa la oportunidad de conocer en profundidad la dinámica de los lugares con potencial turístico para, de alguna manera, realizar propuestas que cubran las necesidades básicas y más importantes, e incluso solucionar y prevenir problemáticas con el objetivo de favorecer a la comunidad donde se impulsa la actividad.

En este contexto, la información generada por este estudio puede ser utilizada como un insumo en el desarrollo de estrategias efectivas para la planeación, desarrollo y consolidación de la oferta turística, así como, para involucrar y promover al sector privado a fin de que se lleven a cabo acciones para incrementar el nivel de competitividad del destino turístico, teniendo por referente el grado de satisfacción que reportan los turistas y las variables que influyen en éste.

D.7.3. Universo de la muestra. Se plantea la realización de 300 encuestas por el proyecto a personas que residan en Cabo San Lucas o San José del Cabo (no necesariamente con INE del Estado).

D.7.4. Integración de los resultados. Será responsabilidad del Licitante Ganador preparar un documento en un archivo de *Power Point* que abarque el procesamiento y presentación de los resultados de las encuestas a los habitantes del Municipio de Los Cabos, Baja California Sur, mayores de 18 años, que contenga la misma estructura que el mencionado en el levantamiento del Proyecto 1: Encuestas a turistas en el aeropuerto internacional de Los Cabos (SJD), que contenga los resultados del estudio, que deberá incluir, de forma enunciativa más no limitativa, la siguiente información:

1. El Licitante Ganador revisará los temas que se abordan por medio del cuestionario y se realizarán los cambios pertinentes respecto de las mediciones anteriores Ejercicios 2022, 2023, 2024, 2025 y 2026) y detectar posibles temas de interés.
2. Dimensión socioeconómica:
 - a) El incremento de costo de vida en el destino y en particular la vivienda.
 - b) Apoyos para la vivienda de los trabajadores.
 - c) Movilidad y tráfico en el destino.
3. Dimensión sociopolítica:
 - a) Mecanismos de participación ciudadana y vinculación gobierno-comunidad.
4. Dimensión socioambiental:
 - a) Manejo del agua, basura y residuos.
 - b) Abastecimiento de agua y energía eléctrica.
 - c) Crecimiento futuro del destino.
 - d) Tráfico y movilidad.
5. Dimensión sociocultural:
 - a) Consumo de drogas y alcohol dentro de la población.
 - b) Crisis de talento y perspectivas de crecimiento profesional.



Ponderación: De acuerdo a INEGI, el 40% del empleo en Baja California Sur lo provee el turismo (Censos económicos 2019), por lo que se definirán cuotas para lograr una representación de los diferentes sectores que más empleo aportan al estado y comparar resultados entre segmentos.

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- Cuestionario actualizado.
- Reporte en *Power Point* en donde se incluirá el análisis y procesamiento de los temas mencionados en los temas a tratar previamente.
- Base de datos con las variables etiquetadas para su posterior explotación y análisis para cada medición en Excel y/o SPSS.

D.8. Proyecto 8: Estudio de la relevancia económica de la Industria de Reuniones en Baja California Sur 2025.

D.8.1. Objetivo. Contratar el Servicio de Estudio de la relevancia económica de la Industria de Reuniones en Baja California Sur, con la finalidad de determinar la relevancia económica y el tamaño de mercado de la industria de reuniones en Baja California Sur, en cuanto a Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones, identificando los principales indicadores de desempeño durante el año anterior (2024).

Objetivos particulares:

- Establecer un marco de referencia para medir la derrama económica de la industria de las reuniones en Baja California Sur.
- Estimar el tamaño de mercado de las reuniones por tipo de evento, su origen y gasto en el Estado.
- Estimar la derrama económica directa e indirecta de la industria de las reuniones.
- Realizar un comparativo contra otros países, regiones o estados que tengan mediciones similares en cuanto a la Industria de Reuniones.
- Actualizar los datos de mediciones anteriores y comparar el desempeño.
- Medir los efectos intangibles, legado, e indicadores no económicos de la Industria de Reuniones en el Estado.

B.8.2. Justificación. Los Cabos es un destino altamente competitivo a nivel nacional e internacional en la industria del Turismo de Reuniones porque dispone de una amplia infraestructura para la realización de congresos, viajes de incentivos, conferencias, convenciones, reuniones y exposiciones, además de una excelente calidad y servicio.

La Industria de Reuniones, tiene su propia cadena de valor, sus reglas y su forma de trabajar de manera muy específica, misma que de manera transversal sirve para que prácticamente todos los otros sectores productivos que existen en nuestra sociedad, crezcan y evolucionen; es quizás, uno de los elementos de impulso económico más importantes que existen, dado que sirve como catalizador para que los entes privados, sociales y de gobierno, logren avanzar en sus objetivos y proyectos, para cumplir con su misión de existir.



En este contexto, la información generada por este estudio puede ser utilizada como un insumo en el desarrollo de estrategias efectivas para la planeación, desarrollo y consolidación de la oferta turística, así como, para involucrar y promover al sector privado a fin de que se lleven a cabo acciones que incrementen el nivel de competitividad del destino turístico, teniendo por referente el grado de satisfacción que reportan los turistas y las variables que influyen en éste.

D.8.3. Universo de la muestra. El Licitante Ganador realizará un análisis volumétrico para estimar el total de reuniones (por tipo de evento y por lugar de desarrollo), así como, total de asistentes y una estimación de las habitaciones-noche generadas. Utilizando información primaria y secundaria obtenida a raíz de la Integración de los resultados del estudio. El Licitante Ganador extrapolará los resultados para estimar el total de eventos y participantes para el año que se haya decidido de manera conjunta al principio del proyecto. Se tomará como referencia un año completo (es decir, 2023 o 2024). En este caso en particular, se preguntará por la actividad del 2024.

D.8.4. Integración de los resultados. El Servicio de Estudio de la relevancia económica de la Industria de Reuniones en Baja California Sur, se efectuará conforme a las siguientes etapas:

1. Revisión de fuentes secundarias.
2. Investigación primaria.
 - a) Entrevistas a profundidad a personas clave.
 - b) Encuestas cuantitativas en líneas.

D.8.4.1. Revisión de fuentes secundarias. El Licitante Ganador realizará una revisión de fuentes secundarias estadísticas publicadas, estudios e investigaciones, tanto a nivel mundial como aquellas que existan para el caso particular de México y de Baja California Sur. El Licitante Ganador pondrá específica atención en aquellos estudios sobre la medición de la relevancia económica de las reuniones a nivel nacional, entre ellos los casos de Canadá, Estados Unidos, México, Reino Unido, Dinamarca, Guatemala y Colombia, así como de aquellos estados dentro de México que cuenten con mediciones similares (Edomex, CDMX, Querétaro, Nuevo León, Jalisco y Baja California Sur (mediciones anteriores). El Licitante Ganador analizará también documentos que contengan propuestas metodológicas y análisis sobre este tipo de mediciones, como publicaciones especializadas por parte de organismos internacionales y nacionales.

En particular, la definición del término "reunión" será tomada de las recomendaciones emitidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT ahora conocido como ONU Turismo) y avaladas por los principales organismos relacionados con reuniones a nivel internacional, como son Meeting Professionals International (MPI), International Congress and Convention Association (ICCA), y otros miembros afiliados de la OMT.

Con esta definición, se entenderán los diferentes componentes de la industria de las reuniones y la actividad económica asociada. Para esto, el Licitante Ganador realizará una revisión exhaustiva del trabajo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) conformar la Cuenta Satélite del Turismo en México, así como, los Censos Económicos (capítulo de Turismo), y se obtendrán aquellas actividades características y no características del turismo,

tal como lo recomienda la OMT. A partir de estas, el Licitante Ganador analizará la parte correspondiente a las reuniones y entonces se procederá a analizar la industria tanto desde el lado de la demanda, como de la oferta. Esto permitirá que, como parte de los entregables, se pueda estimar la parte proporcional de las reuniones, que suceden como un subconjunto del turismo, y la proporción que las reuniones generan más allá del turismo.

De igual manera, el Licitante Ganador revisará otras fuentes a nivel municipal y estatal que pudieran arrojar información sobre la actividad económica y sus subdivisiones. Dentro de estas fuentes se deberán considerar los datos del Instituto Nacional de Federalismo (INAFED) y otras mediciones que se hayan realizado por el Gobierno Estatal de Baja California Sur. **FITURCA** facilitará al Licitante Ganador aquellos estudios, investigaciones, estadísticas y otras fuentes que sean recomendables para que sean revisadas e incluidas en el análisis.

D.8.4.2. Investigación Primaria. El Licitante Ganador diseñará una estrategia de investigación para poder recopilar la información necesaria para poder alimentar el modelo de estimación de la relevancia económica de las reuniones en Baja California Sur. Se realizará la investigación primaria en dos vertientes:

- a) **Entrevistas a profundidad a personas clave.** El Licitante Ganador realizará entrevistas a profundidad a personas clave que a sugerencia de **FITURCA** sean relevantes para el desarrollo de las reuniones en el Estado. Estas entrevistas, servirán para entender el funcionamiento y operación de las reuniones y para obtener información cualitativa sobre las tendencias del mercado y situación de la plaza. Se recabará información que ayudará a definir el modelo de medición de la relevancia económica de las reuniones. Dada la coyuntura actual, el Licitante Ganador pondrá especial énfasis en la reconfiguración de la organización y atracción de los eventos como resultado de la pandemia y los efectos que ha tenido en las reuniones. Los entrevistados deberán ser líderes de asociaciones relacionadas con la industria de reuniones en Baja California Sur, directores de centros de convenciones, encargados de la atención de congresos y convenciones en hoteles, así como representantes de otras industrias, entre otros.

FITURCA se compromete a entregar bases de datos y recomendaciones puntuales (entre 15 ó 20) para que el Licitante Ganador agende y organice entre 10 y 15 entrevistas a profundidad con actores clave de acuerdo con su relevancia relativa en la industria.

- b) **Encuestas cuantitativas en línea.** Con la intención de alimentar cuantitativamente el modelo para estimar la relevancia económica de las reuniones en Baja California Sur, se diseñarán cuestionarios en línea de acuerdo con las diferentes necesidades del modelo.

De acuerdo con las recomendaciones de la OMT (ONU Turismo), el Licitante Ganador diseñará y establecerá en un sistema en línea un cuestionario para determinar los componentes de la demanda de las reuniones especialmente dirigido a *meeting planners* u organizadores de eventos. Por otro lado, el Licitante Ganador" diseñará cuestionarios para hoteleros y centros de convenciones para estimar el lado de la oferta y complementar la demanda. Los cuestionarios serán establecidos en un sitio en línea y se enviarán

invitaciones personalizadas a los diferentes actores de las reuniones en Baja California Sur.

Previo al inicio del levantamiento de campo, **FITURCA** enviará una comunicación a las personas que responderán el cuestionario para informar del estudio y solicitar e incentivar la participación de las personas. Durante el levantamiento, de ser requerido, **FITURCA** apoyará, en su caso, para el envío de un recordatorio. El resto de las comunicaciones será realizado directamente por el Licitante Ganador.

FITURCA será responsable de proporcionar una base de datos que contenga por tipo de cuestionario, las personas que podrán responder cada una de las encuestas. Esta base será utilizada con absoluta confidencialidad y no será compartida con nadie. Se utilizará exclusivamente para fines de este proyecto de investigación. De manera adicional, el Licitante Ganador, agregará datos de contacto de personas que se consideren relevantes para el llenado del cuestionario, de acuerdo con experiencias y ejercicios anteriores.

El Licitante Ganador procesará toda la información analizada, recopilada y levantada para estar en posibilidades de estimar la relevancia económica de las reuniones en Baja California Sur y su legado. Para esto, se reconciliará la información de las encuestas cuantitativas con aquella información obtenida de fuentes secundarias y en particular de la cuenta satélite del turismo en México y los censos económicos por estado. De igual manera, dentro del marco conceptual, se identificarán los patrones de consumo y de gasto, y se probarán estos datos respecto a la información macroeconómica obtenida.

D.8.4.3. Análisis del gasto. De acuerdo con la información secundaria, El Licitante Ganador analizará y presentará los patrones de gasto de participantes (delegados, expositores y otros asistentes) y no-participantes (*meeting planners* y recintos). Se estimará el gasto total para participantes y no participantes. Con base a la información recopilada previamente, se extrapolará la información por tipo de participante y su origen. Se analizará con especial énfasis el cambio en la composición del gasto por el incremento en el uso de herramientas tecnológicas durante la pandemia, inversión en seguridad sanitaria y efecto sustitución tanto para destinos, como para recintos y organizadores.

D.8.4.4. Impacto económico. De acuerdo con los hallazgos de las etapas previas de investigación y recopilación de datos, tanto primarios como de fuentes secundarias, el Licitante Ganador desarrollará un modelo para ilustrar la contribución económica de las reuniones a la economía de Baja California Sur, siempre y cuando se pueda obtener información para su extrapolación. Se estimará el gasto total en la economía de acuerdo con los insumos y compras de productos necesarios para la realización de reuniones, así como, de los gastos realizados para su organización.

Se estimará en el proyecto el gasto directo de las reuniones en Baja California Sur. Por gasto directo se entiende la primera ronda de gasto que realizan tanto los organizadores como los asistentes. Los gastos iniciales empiezan circulando en la economía y se genera un efecto multiplicador en donde otros negocios y agentes de la economía vuelven a gastar parte del gasto

inicial provocado por las reuniones, generando rondas adicionales del gasto. Este proceso, se denomina gastos indirectos de las reuniones. Los resultados de este estudio se centrarán en estimar, de acuerdo con la información recabada y a la información disponible, los gastos directos de las reuniones en la economía.

El Licitante Ganador presentará información comparativa sobre el total de lo que aporta el turismo a la economía de Baja California Sur, contra lo que aportan específicamente las reuniones, de acuerdo con las clasificaciones de la Cuenta Satélite de Turismo de México, siempre y cuando la información se encuentre disponible.

Por último, y adecuado a los últimos estudios realizados por el Licitante Ganador, se incluirá el análisis del legado de las reuniones en Baja California Sur, así como aquellos indicadores más allá del valor económico que puedan ser medidos.

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- Glosario de definiciones a utilizar en siguientes etapas del proyecto.
- Bibliografía consultada.
- Guía de entrevistas a profundidad a jugadores clave de las reuniones en Baja California Sur.
- Cuestionarios para *meeting planners*, hoteleros, centros de convenciones.
- Documento escrito y presentación en power point, en donde se incluya la siguiente información sobre el impacto económico de las reuniones en Baja California Sur:
 - Número de reuniones por tipo de evento.
 - Participantes por tipo de reunión y origen geográfico.
 - Habitaciones noche por tipo de evento.
 - Gasto total de las reuniones (desagregado por gasto de los participantes, gastos de producción y otros gastos).
 - Gasto por tipo de evento.
 - Gasto turístico y de otras industrias.
 - Aportación directa al Producto Interno Bruto del Estado.
 - Generación de empleos.
 - Ventas totales y producción en general.
 - Legado de las reuniones en el estado.
 - Contribución social, educativa y en reputación de las reuniones en Baja California Sur.

Proyecto 9: Estudio de la relevancia económica de la Industria de Reuniones en Baja California Sur 2027.

D.9.1. Objetivo. Contratar el Servicio de Estudio de la relevancia económica de la Industria de Reuniones en Baja California Sur, con la finalidad de determinar la relevancia económica y el tamaño de mercado de la industria de reuniones en Baja California Sur, en cuanto a Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones, identificando los principales indicadores de desempeño durante el año anterior (2026).



Objetivos particulares:

- Establecer un marco de referencia para medir la derrama económica de la industria de las reuniones en Baja California Sur.
- Estimar el tamaño de mercado de las reuniones por tipo de evento, su origen y gasto en el Estado.
- Estimar la derrama económica directa e indirecta de la industria de las reuniones.
- Realizar un comparativo contra otros países, regiones o estados que tengan mediciones similares en cuanto a la Industria de Reuniones.
- Actualizar los datos de mediciones anteriores y comparar el desempeño.
- Medir los efectos intangibles, legado, e indicadores no económicos de la Industria de Reuniones en el Estado.

B.9.2. Justificación. Los Cabos es un destino altamente competitivo a nivel nacional e internacional en la industria del Turismo de Reuniones porque dispone de una amplia infraestructura para la realización de congresos, viajes de incentivos, conferencias, convenciones, reuniones y exposiciones, además de una excelente calidad y servicio.

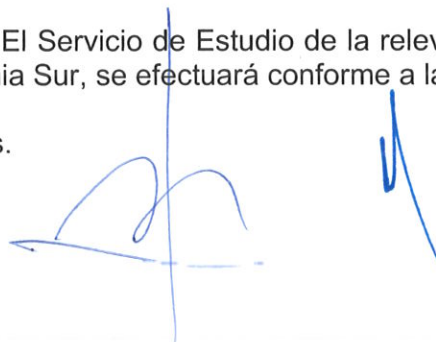
La Industria de Reuniones, tiene su propia cadena de valor, sus reglas y su forma de trabajar de manera muy específica, misma que de manera transversal sirve para que prácticamente todos los otros sectores productivos que existen en nuestra sociedad, crezcan y evolucionen; es quizás, uno de los elementos de impulso económico más importantes que existen, dado que sirve como catalizador para que los entes privados, sociales y de gobierno, logren avanzar en sus objetivos y proyectos, para cumplir con su misión de existir.

En este contexto, la información generada por este estudio puede ser utilizada como un insumo en el desarrollo de estrategias efectivas para la planeación, desarrollo y consolidación de la oferta turística, así como, para involucrar y promover al sector privado a fin de que se lleven a cabo acciones que incrementen el nivel de competitividad del destino turístico, teniendo por referente el grado de satisfacción que reportan los turistas y las variables que influyen en éste.

D.9.3. Universo de la muestra. El Licitante Ganador realizará un análisis volumétrico para estimar el total de reuniones (por tipo de evento y por lugar de desarrollo), así como, total de asistentes y una estimación de las habitaciones-noche generadas. Utilizando información primaria y secundaria obtenida a raíz de la Integración de los resultados del estudio. El Licitante Ganador extrapolará los resultados para estimar el total de eventos y participantes para el año que se haya decidido de manera conjunta al principio del proyecto. Se tomará como referencia un año completo (es decir, 2024 o 2025). En este caso en particular, se preguntará por la actividad del 2026).

D.9.4. Integración de los resultados. El Servicio de Estudio de la relevancia económica de la Industria de Reuniones en Baja California Sur, se efectuará conforme a las siguientes etapas:

1. Revisión de fuentes secundarias.
2. Investigación primaria.



- a) Entrevistas a profundidad a personas clave.
- b) Encuestas cuantitativas en líneas.

D.9.4.1. Revisión de fuentes secundarias. El Licitante Ganador realizará una revisión de fuentes secundarias estadísticas publicadas, estudios e investigaciones, tanto a nivel mundial como aquellas que existan para el caso particular de México y de Baja California Sur. El Licitante Ganador pondrá específica atención en aquellos estudios sobre la medición de la relevancia económica de las reuniones a nivel nacional, entre ellos los casos de Canadá, Estados Unidos, México, Reino Unido, Dinamarca, Guatemala y Colombia, así como de aquellos estados dentro de México que cuenten con mediciones similares (Edomex, CDMX, Querétaro, Nuevo León, Jalisco y Baja California Sur (mediciones anteriores). El Licitante Ganador analizará también documentos que contengan propuestas metodológicas y análisis sobre este tipo de mediciones, como publicaciones especializadas por parte de organismos internacionales y nacionales.

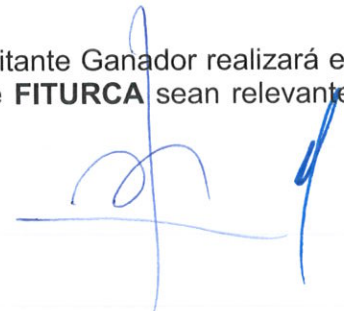
En particular, la definición del término “reunión” será tomada de las recomendaciones emitidas por la Organización Mundial del Turismo (OMT ahora conocido como ONU Turismo) y avaladas por los principales organismos relacionados con reuniones a nivel internacional, como son Meeting Professionals International (MPI), International Congress and Convention Association (ICCA), y otros miembros afiliados de la OMT.

Con esta definición, se entenderán los diferentes componentes de la industria de las reuniones y la actividad económica asociada. Para esto, el Licitante Ganador realizará una revisión exhaustiva del trabajo realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) conformar la Cuenta Satélite del Turismo en México, así como, los Censos Económicos (capítulo de Turismo), y se obtendrán aquellas actividades características y no características del turismo, tal como lo recomienda la OMT. A partir de estas, el Licitante Ganador analizará la parte correspondiente a las reuniones y entonces se procederá a analizar la industria tanto desde el lado de la demanda, como de la oferta. Esto permitirá que, como parte de los entregables, se pueda estimar la parte proporcional de las reuniones, que suceden como un subconjunto del turismo, y la proporción que las reuniones generan más allá del turismo.

De igual manera, el Licitante Ganador revisará otras fuentes a nivel municipal y estatal que pudieran arrojar información sobre la actividad económica y sus subdivisiones. Dentro de estas fuentes se deberán considerar los datos del Instituto Nacional de Federalismo (INAFED) y otras mediciones que se hayan realizado por el Gobierno Estatal de Baja California Sur. **FITURCA** facilitará al Licitante Ganador aquellos estudios, investigaciones, estadísticas y otras fuentes que sean recomendables para que sean revisadas e incluidas en el análisis.

D.9.4.2. Investigación Primaria. El Licitante Ganador diseñará una estrategia de investigación para poder recopilar la información necesaria para alimentar el modelo de estimación de la relevancia económica de las reuniones en Baja California Sur. Se realizará la investigación primaria en dos vertientes:

- a) **Entrevistas a profundidad a personas clave.** El Licitante Ganador realizará entrevistas a profundidad a personas clave que a sugerencia de **FITURCA** sean relevantes para el



desarrollo de las reuniones en el Estado. Estas entrevistas, servirán para entender el funcionamiento y operación de las reuniones y para obtener información cualitativa sobre las tendencias del mercado y situación de la plaza. Se recabará información que ayudará a definir el modelo de medición de la relevancia económica de las reuniones. Dada la coyuntura actual, el Licitante Ganador pondrá especial énfasis en la reconfiguración, organización y atracción de los eventos como resultado de la pandemia y los efectos que ha tenido en las reuniones. Los entrevistados deberán ser líderes de asociaciones relacionadas con la industria de las reuniones en Baja California Sur, directores de centros de convenciones, encargados de la atención de congresos y convenciones en hoteles, así como representantes de otras industrias, entre otros.

FITURCA se compromete a entregar bases de datos y recomendaciones puntuales (entre 15 o 20) para que el Licitante Ganador agende y organice entre 10 y 15 entrevistas a profundidad con actores clave de acuerdo con su relevancia relativa en la industria.

- b) **Encuestas cuantitativas en línea.** Con la intención de alimentar cuantitativamente el modelo para estimar la relevancia económica de las reuniones en Baja California Sur, se diseñarán cuestionarios en línea de acuerdo con las diferentes necesidades del modelo.

De acuerdo con las recomendaciones de la OMT (ONU Turismo), el Licitante Ganador diseñará y establecerá en un sistema en línea un cuestionario para determinar los componentes de la demanda de las reuniones especialmente dirigido a *meeting planners* u organizadores de eventos. Por otro lado, el Licitante Ganador diseñará cuestionarios para hoteleros y centros de convenciones para estimar el lado de la oferta y complementar la demanda. Los cuestionarios serán establecidos en un sitio en línea y se enviarán invitaciones personalizadas a los diferentes actores de las reuniones en Baja California Sur.

Previo al inicio del levantamiento de campo, **FITURCA** enviará una comunicación a las personas que responderán el cuestionario para informar del estudio y solicitar la participación de las personas, así como, incentivar la participación. Durante el levantamiento, de ser requerido, **FITURCA** apoyará, en su caso, para el envío de un recordatorio. El resto de las comunicaciones será realizado directamente por el Licitante Ganador.

FITURCA será responsable de proporcionar una base de datos que contenga por tipo de cuestionario, las personas que podrán responder cada una de las encuestas. Esta base será utilizada con absoluta confidencialidad y no será compartida con nadie. Se utilizará exclusivamente para fines de este proyecto de investigación. De manera adicional, el Licitante Ganador, agregará datos de contacto de personas que se consideren relevantes para el llenado del cuestionario, de acuerdo con experiencias y ejercicios anteriores.

El Licitante Ganador procesará toda la información analizada, recopilada y levantada para estar en posibilidades de estimar la relevancia económica de las reuniones en Baja California Sur y su legado. Para esto, se reconciliará la información de las encuestas cuantitativas con aquella

información obtenida de fuentes secundarias y en particular de la cuenta satélite del turismo en México y los censos económicos por estado. De igual manera, dentro del marco conceptual, se identificarán los patrones de consumo y de gasto, y se probarán estos datos respecto a la información macroeconómica obtenida.

D.9.4.3. Análisis del gasto. De acuerdo con información secundaria, "El Licitante Ganador" analizará y presentarán los patrones de gasto de participantes (delegados, expositores y otros asistentes) y no-participantes (*meeting planners* y recintos). Se estimará el gasto total para participantes y no participantes. Con base a la información recopilada previamente, se extrapolará la información por tipo de participante y su origen. Se analizará con especial énfasis el cambio en la composición del gasto por el incremento en el uso de herramientas tecnológicas durante la pandemia, inversión en seguridad sanitaria y efecto sustitución tanto para destinos, como para recintos y organizadores.

D.9.4.4. Impacto económico. De acuerdo con los hallazgos de las etapas previas de investigación y recopilación de datos, tanto primarios como de fuentes secundarias, el Licitante Ganador desarrollará un modelo para ilustrar la contribución económica de las reuniones a la economía de Baja California Sur, siempre y cuando se pueda obtener información para su extrapolación. Se estimará el gasto total en la economía de acuerdo con los insumos y compras de productos necesarios para la realización de reuniones, así como, de los gastos realizados para su organización.

Se estimará en el proyecto el gasto directo de las reuniones en Baja California Sur. Por gasto directo se entiende la primera ronda de gasto que realizan tanto los organizadores como los asistentes. Los gastos iniciales empiezan circulando en la economía y se genera un efecto multiplicador en donde otros negocios y agentes de la economía vuelven a gastar parte del gasto inicial provocado por las reuniones, generando rondas adicionales del gasto. Este proceso, se denomina gastos indirectos de las reuniones. Los resultados de este estudio se centrarán en estimar, de acuerdo con la información recabada y a la información disponible, los gastos directos de las reuniones en la economía.

El Licitante Ganador presentará información comparativa sobre el total de lo que aporta el turismo a la economía de Baja California Sur, contra lo que aportan las reuniones, de acuerdo con las clasificaciones de la Cuenta Satélite de Turismo de México, siempre y cuando la información se encuentre disponible.

Por último, y adecuado a los últimos estudios realizados por el Licitante Ganador, se incluirá el análisis del legado de las reuniones en Baja California Sur, así como aquellos indicadores más allá del valor económico que puedan ser medidos.

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- Glosario de definiciones a utilizar en siguientes etapas del proyecto.
- Bibliografía consultada.
- Guía de entrevistas a profundidad a jugadores clave de las reuniones en Baja California Sur.

- Cuestionarios para *meeting planners*, hoteleros, centros de convenciones.
- Documento escrito y presentación en power point, en donde se incluya la siguiente información sobre el impacto económico de las reuniones en Baja California Sur:
- Número de reuniones por tipo de evento.
- Participantes por tipo de reunión y origen geográfico.
- Habitaciones noche por tipo de evento.
- Gasto total de las reuniones (desagregado por gasto de los participantes, gastos de producción y otros gastos).
- Gasto por tipo de evento.
- Gasto turístico y de otras industrias.
- Aportación directa al Producto Interno Bruto del Estado.
- Generación de empleos.
- Ventas totales y producción en general.
- Legado de las reuniones en el estado.
- Contribución social, educativa y en reputación de las reuniones en Baja California Sur.

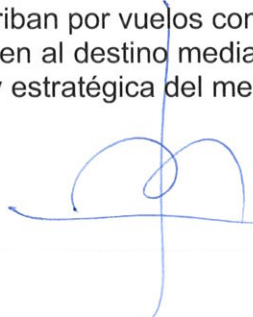
Proyecto 10: Encuesta de perfil y satisfacción del turista - Segmento de Aviación Privada.

D.10.1. Objetivo. Caracterizar al turista que visita Los Cabos utilizando aviación privada en cuanto a sus variables sociodemográficas, hábitos y preferencias de viaje, así como evaluar su satisfacción sobre los servicios consumidos.

- Clasificar a los turistas con base en su perfil sociodemográfico.
- Conocer los hábitos de viaje, de consumo y gasto en servicios turísticos en el destino.
- Generar un indicador de satisfacción global del turista y por tipo de servicio consumido en los destinos seleccionados.
- Identificar fortalezas y áreas de oportunidad del destino, a través de las variables que determinan su satisfacción.
- Determinar los factores que influyen en que la experiencia del turista sea satisfactoria.
- Medir la intención de regresar al destino.
- Medir el nivel de recomendación.
- Comparar contra el turista usuario de vuelos comerciales.

D.10.2. Justificación. El turismo de alta gama representa una de las principales fortalezas del destino Los Cabos. En este contexto, los turistas que utilizan servicios de aviación privada constituyen un segmento de mercado con características particulares, altamente diferenciadas del turismo masivo, y con un impacto significativo en el consumo de servicios turísticos premium, inversión, y percepción del destino a nivel internacional.

Actualmente, la mayor parte de los esfuerzos de medición del perfil y comportamiento del visitante se han centrado en los turistas que arriban por vuelos comerciales, dejando una brecha crítica de información sobre aquellos que acceden al destino mediante aeronaves privadas. Esta limitación impide contar con una visión integral y estratégica del mercado turístico de alto poder adquisitivo,



y restringe la capacidad de diseñar políticas públicas, productos turísticos y campañas de promoción adecuadas a sus necesidades y expectativas.

La contratación de este estudio responde a la necesidad de caracterizar sociodemográfica y conductualmente al turista que utiliza aviación privada, con el fin de fortalecer el conocimiento del mercado y maximizar el valor económico, social y reputacional que dicho segmento aporta a Los Cabos.

Contar con información confiable, actualizada y específica sobre el perfil y expectativas del turista que utiliza aviación privada es esencial para posicionar a Los Cabos como un destino líder en el turismo de lujo a nivel global. Este proyecto complementa y amplía los estudios existentes sobre turismo en el destino, y contribuye a la consolidación de una estrategia integral de inteligencia turística orientada a resultados.

D.7.3. Universo de la muestra. Entrevistas a un viajero por grupo mayor de 18 años, que utiliza alguna aeronave de aviación privada para viajar de Los Cabos una vez terminada su estancia como turista. No obstante, el muestreo es no probabilístico por autoselección ya que dependemos de la voluntad del seleccionado a contestar la encuesta. Por lo que se espera la representación de este segmento mediante un sondeo de los turistas periódicamente.

Se estima que el rango de encuestas recabadas mensualmente oscilará en un intervalo de 50 a 150 encuestas por lo que se considerará como información de relevancia estadística una vez que se integren al menos 300 casos, lo cual con una confianza del 95% tendrá un error de 5.65%. La propuesta del licitante tendrá que abarcar diferentes niveles de muestra dependiendo el levantamiento logrado (mismo que al principio del proyecto se desconoce el nivel de éxito).

D.7.4. Integración de los resultados. El Licitante Ganador propondrá un cuestionario, mismo que será revisado por el Administrador del Contrato designado por **FITURCA**, para que los cuestionamientos se encuentren enfocados hacia medir las diferencias entre el pasajero en vuelos comerciales versus el de vuelos privados, utilizando para esto como base del cuestionario del Proyecto 1 mencionado en este Anexo Técnico.

Se validará el instrumento a utilizar para el levantamiento, tomando como referencia el cuestionario empleado actualmente en el monitoreo del destino para el turista en general. Dicho instrumento se aplicará en una versión más corta, manteniendo la posibilidad de realizar comparaciones de carácter general.

Personal de la terminal privada del Aeropuerto Internacional de Los Cabos (SJD) entregará tarjetas diseñadas por **FITURCA** (mismas que contendrán un breve texto y un código QR que los dirigirá a una plataforma en línea) para invitar a los turistas al llenado de la encuesta.

Se realizarán reportes una vez que se haga el corte de 300 casos. Se estima que la periodicidad pueda ser trimestral. Adicionalmente se realizará un reporte consolidado que integre las mediciones parciales. Para cada uno de los reportes se incluirá el procesamiento y presentación siguiendo de manera enunciativa la siguiente lista:

1. **Perfil sociodemográfico de los turistas** (edad, género, origen, ingreso, ocupación, etc.).
2. **Hábitos de viaje** (estadía, tamaño del grupo, anticipación de reservación, canal de reservación, actividades, entre otros).
3. **Accesibilidad al destino y transportación.**
4. **Evaluación sobre:**
 - Atractivos y oferta turística
 - Servicios de hospedaje.
 - Servicios de alimentos y bebidas.
 - Servicios de excursión y guías.
 - Costo de los servicios turísticos.
 - Diferencias estadísticamente significativas respecto del turista en general.
5. **Imagen del destino.**
6. **Satisfacción y recomendación de los visitantes.**

ENTREGABLES DEL PROYECTO:

- Reportes trimestrales (cuando se logren 300 casos por lo menos).
- 1 reporte anual y comparativo contra el perfil del turista en vuelos comerciales.
- Bases de datos de los levantamientos en formato SPPS y Excel ya etiquetados.

E. INFORMES Y REPORTE. 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, 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.

Asimismo, el Licitante Ganador deberá remitir al Administrador del Contrato de **FITURCA** la información relacionada con los servicios ejecutados conforme a las especificaciones determinadas en la descripción de cada uno de los proyectos.

Además, cualquier otra información que requiera el Director General o la persona Titular de la Dirección de Promoción y Desarrollo de Negocio, ambos de **FITURCA**, relacionada con la prestación de los servicios objeto del Contrato que sea necesaria para atender las peticiones de instancias oficiales.

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 que asigne para la ejecución del servicio en cita, conforme a las necesidades particulares que cada estudio requiera.

Los gastos y costos administrativos vinculados con el manejo del proyecto, 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 designado por **FITURCA**.

G. PERÍODO. La prestación de los servicios será a partir del **1 de septiembre de 2025 al 31 de agosto de 2027**, equivalente a **730 días naturales**.

H. LUGAR DE ENTREGA DE LOS MATERIALES Y DE LOS ELEMENTOS COMPROBATORIOS DE LOS SERVICIOS. La documentación comprobatoria de los servicios prestados se efectuará vía electrónica a las cuentas institucionales que al efecto le señale **FITURCA**, en los términos y plazos previstos en el presente Anexo Técnico.

I. MONTO ESTIMADO DEL CONTRATO. El monto máximo por la prestación del servicio será de **\$12'950,000.00 (DOCE MILLONES NOVECIENTOS CINCUENTA MIL PESOS 00/100 M.N.)**, incluido el Impuesto al Valor Agregado (I.V.A.).

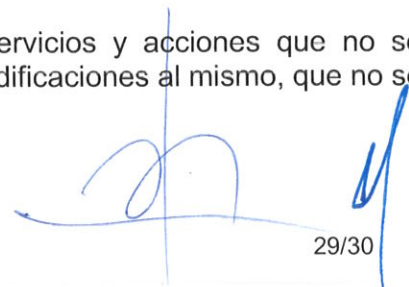
La propuesta económica deberá presentarse de forma desglosada y de conformidad con el formato establecido en el **ANEXO III. PROPUESTA ECONÓMICA**, de las Bases.

El monto a ejercer en el contrato estará sujeto 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**.

J. POLÍTICAS PRESUPUESTALES. **FITURCA** hace del conocimiento a todos los participantes, que se reservan 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; 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 previstos en el Plan de Trabajo.

Los errores cometidos por el Licitante Ganador en los servicios prestados, 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 encuentran considerados en el presente Anexo Técnico o las modificaciones al mismo, que no se encuentren aprobadas.



K. 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.

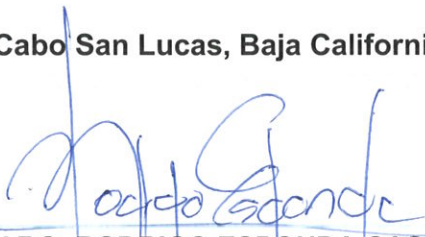
L. ENTREGA DE MATERIALES, PROPIEDAD DE FITURCA. Al término de la vigencia del Contrato o cuando **FITURCA** lo requiera, el Licitante Ganador deberá hacer entrega de todos los materiales producidos bajo el amparo del mismo o entregados para su ejecución, sin costo adicional al presupuesto contemplado 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.

L. 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 11 días del mes de agosto de 2025.



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



LIC. ARMANDO GARCÍA MARTÍNEZ
Secretario del Comité Técnico del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/110602