



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 REPRESENTACIÓN EN FRANCIA, 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 Representación en Francia, para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, con el objeto de diseñar y ejecutar una estrategia de comunicación eficaz dirigida y adaptada que considere las actividades, medios y recursos que contribuyan a incrementar el conocimiento y difusión de la marca del destino en el mercado de Francia, a efecto de generar una mayor intensidad de viaje hacia el destino.

B. JUSTIFICACIÓN. Las acciones de representación, en mercados emergentes como el de Francia, se consideran fundamentales para contribuir a la diversificación de mercados y generación de nuevas audiencias hacia Los Cabos, que permitan complementar los flujos turísticos y de divisas provenientes de dicho país, además de atenuar el impacto negativo en la derrama económica hacia los prestadores de servicios turísticos del destino por una disminución en el flujo de visitantes causada por alguna situación superviniente (alertas de viaje, mensajes sensacionalistas, asuntos migratorios, seguridad, etc...).

Los servicios de representación en Francia facilitarán el establecimiento de relaciones de largo plazo mediante la interacción de medios de comunicación y socios comerciales, a efecto de contribuir al incremento de las visitas de turistas con el consecuente con impacto positivo en la derrama económica para la industria turística del destino, prestadores de servicios y población relacionada de manera directa e indirecta en la cadena de valor generada por la actividad turística en Los Cabos.

Por lo antes señalado, se considera de especial relevancia la contratación de los servicios objeto de la Licitación, toda vez que la competencia global entre destinos turísticos obliga a la implementación de acciones de representación, comunicación y promoción en los mercados emergentes en los que se considera incurrir con la oferta turística del destino, a efecto de comunicar de manera clara sus diferenciadores, mediante mecanismos continuos de

comunicación bidireccional establecidos de acuerdo al perfil de los consumidores en cada mercado.

Para tal efecto, el Licitante Ganador, deberá generar una estrategia de representación, 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 Francia, para incrementar el alcance de las acciones de promoción en los diferentes segmentos además de apoyar la conectividad aérea que redundará en el incremento del número de visitantes al destino.

C. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS A CONTRATAR: El **Servicio de Representación en Francia, para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, debe constar de:


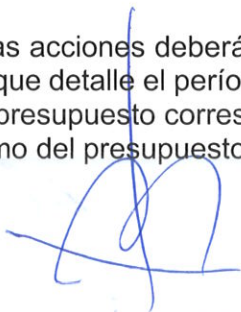
C.1 PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE REPRESENTACIÓN EN FRANCIA. El Licitante Ganador, deberá proponer la planeación estratégica de representación en el mercado de Francia mediante la elaboración de un programa de trabajo calendarizado que considere las acciones de representación, relaciones públicas y promoción a realizar durante la vigencia del contrato.

El Licitante Ganador, deberá proponer el **Plan de Trabajo** antes mencionado en un plazo no mayor a 15 (quince) días hábiles posteriores al fallo, el cual deberá considerar por lo menos las siguientes acciones para el cumplimiento del objeto del contrato:

1. Relación y representación con la industria turística.
2. Relación con medios de comunicación.
3. Viajes de familiarización (Medios de comunicación e Industria turística).
4. Caravana de promoción del destino en el mercado objetivo.
5. Generación de contenidos.

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 una de las acciones y en los casos que correspondan, una estimación de metas que consideren 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 subsiguientes.
- c) Cada una de las acciones deberá de estar calendarizada e integrada en una hoja de ruta o cronograma que detalle el período de ejecución, mercado al que va dirigida, 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) Generación de reportes mensuales de actividades, un informe de cierre anual y un informe de cierre final que considere la totalidad de acciones realizadas, su costo, así como, los resultados obtenidos que refieran las fuentes de información que los sustenten que integre las evidencias documentales que correspondan.

Las acciones y estimaciones de presupuesto correspondientes podrán ser modificadas durante el período de ejecución de los servicios, a solicitud del Licitante Ganador 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** de origen o en sus modificaciones.


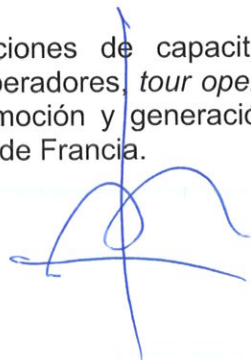
En situaciones de crisis que se presenten durante la vigencia de la prestación de los servicios derivadas de situaciones supervinientes que identifique el Licitante Ganador o a solicitud de **FITURCA**, no requerirán la modificación del **Plan de Trabajo**, salvo que se requiera reasignar recursos de 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 LA ESTRATEGIA DE REPRESENTACIÓN Y PROMOCIÓN EN FRANCIA.

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. Relación y representación con la industria turística. El Licitante Ganador, deberá de realizar las acciones de relación y representación con la industria turística en Francia, que integradas en el **Plan de Trabajo** a que hace referencia el numeral **C.1.**, y que a continuación se enlistan:

- Establecer un canal de comunicación y una relación sólida con los principales socios comerciales del destino en Francia, entre ellos agencias de viajes, operadoras mayoristas, aerolíneas y búsqueda de nuevos asociados para incrementar la presencia del destino en Francia.
- Impartición de seminarios y acciones de capacitación con el objeto de impartir conocimiento sobre el destino a operadores, *tour operadores*, agencias de viajes y otros actores que contribuyan a la promoción y generación de turismo al destino, para los diferentes segmentos del mercado de Francia.



- Identificar nuevas oportunidades de venta en segmentos o mercados en Francia.
- Organización, selección de participantes, diseño de agenda, confirmación de toda la logística de la agenda y reportar resultados de viajes de *fam* para representantes de la industria tales como agentes de viaje, tour operadores, aerolíneas, entre otros.
- Representar a **FITURCA** en ferias de comercio turístico y eventos especiales de la industria. *Tradeshows* y eventos de la industria turística.
- Organización de eventos del destino con los principales medios de comunicación y actores de la industria turística a solicitud de **FITURCA**.
- Asistencia y coordinación de agenda de Los Cabos en ferias y eventos de relevancia para el destino en el Francia.



C.2.2. Relación con los medios de comunicación. El Licitante Ganador establecerá y mantendrá una relación cercana de comunicación con periodistas, columnistas, líderes de opinión e *influencers*.

Entre las actividades a desarrollar se encuentra la ejecución de acciones específicas y eficientes que permitan mantener informados a los medios de comunicación e incentivar una cobertura positiva sobre la oferta turística del destino a través de:

- Programa de elaboración de comunicados de prensa y envío regular de material para medios de comunicación, dichas acciones también deberán llevarse a cabo en situaciones de crisis en aquellos casos derivados de situaciones supervinientes que identifique el Licitante Ganador o a solicitud de **FITURCA**, en éste último caso al derivar de causas fortuitas o fuerza mayor, no implicarán la modificación del **Plan de Trabajo**, salvo que se requiera reasignar recursos de las estimaciones de presupuesto previstas para las acciones programadas originalmente.

Adicionalmente, en caso de posibles crisis que identifique el Licitante Ganador, que pudieran implicar la afectación la imagen de Los Cabos como destino turístico, deberá proponer acciones para su atención y revertir o atenuar cualquier posible impacto negativo en la misma.

- Convocatorias a ferias y/o eventos a cargo de **FITURCA** o en de presencia internacional en los que participe el destino.
- Coordinación de reuniones y encuentros con medios en diferentes formatos, de acuerdo con la estrategia de comunicación desarrollada y las líneas de acción establecidas por **FITURCA**.



C.2.3. Viajes de familiarización (Medios de comunicación e Industria turística). Durante la vigencia del contrato el Licitante Ganador, podrá organizar y realizar viajes de familiarización a Los Cabos, siempre y cuando se encuentren considerados en el **Plan de Trabajo** a que hace referencia el numeral **C.1.** del presente Anexo Técnico, en los cuales podrán participar agentes de viaje, medios de comunicación, líderes de opinión, *influencers* y personalidades destacadas de la industria turística en Francia, 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.

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

- a) Identificar ángulo o segmentos relevantes para tematizar el viaje.
- b) Identificar y proponer el ángulo y perfil del viaje de familiarización, así como, que vaya 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.
- d) Deberá 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 consideraran de forma enunciativa los siguientes: hospedaje, alimentación, transportación y actividades turísticas, para los citados efectos.
- e) Una vez aprobados los perfiles, 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.
- f) El Licitante Ganador deberá realizar un seguimiento del viaje de familiarización para posteriormente compartir los resultados con **FITURCA**.

C.2.4. Caravana de promoción del destino en el mercado objetivo. El Licitante Ganador podrá organizar y ejecutar, cuando menos, una caravana de promoción del destino durante de la vigencia del contrato, dependiendo del Plan de Trabajo que al efecto se establezca.

Para la ejecutar la caravana de promoción, será indispensable la realización de las siguientes acciones:

a) Agenda de Trabajo calendarizada para Francia:

- Investigación y selección de las ciudades más importantes en el mercado turístico de Francia, considerando factores como atractivos turísticos, accesibilidad y relevancia económica.
- Creación de un calendario detallado que incluya fechas específicas para visitar cada ciudad seleccionada. Este calendario debe ser flexible para adaptarse a imprevistos.

b) Selección y reserva del *venue* para la Caravana de Promoción:

- Identificación de los *venues* más adecuados en cada ciudad, teniendo en cuenta el tamaño del evento, la accesibilidad, y las instalaciones disponibles.
- Negociación y reserva de estos espacios, asegurando que cumplan con todos los requisitos necesarios para el éxito del evento.

- Coordinación con proveedores de servicios locales (como catering, material de audio y video, etc.) para cada *venue*.
- c) Planeación, organización, logística y ejecución de la Caravana de Promoción:**
 - Desarrollo de un plan detallado que cubra todos los aspectos del evento, considerando el flujo del evento y las actividades específicas acordadas con el Administrador del Contrato de **FITURCA**.
 - Supervisión y gestión en el sitio para asegurar que todos los aspectos del evento se ejecuten según lo planeado.
- d) Diseño y gestión de material promocional especializado:**
 - Diseño de material promocional que refleje la identidad y los valores de la marca **LOS CABOS**, dirigidos específicamente a las audiencias del mercado objetivo.
 - Gestión de la producción y distribución del material promocional, asegurando que llegue a las audiencias objetivo de manera oportuna y eficiente.

Además, el Licitante Ganador, deberá gestionar las reservas necesarias para los incisos **b)**, **c)** y **d)** obligándose a realizar los pagos en tiempo y forma con el fin de lograr el cumplimiento de los objetivos de las acciones a ejecutar.



C.2.5. Generación de contenidos. El Licitante Ganador deberá desarrollar y, a su vez, realizará la traducción al idioma nativo y la adaptación de:

- a)** Guías para agentes de viaje;
- b)** Documentos de carácter educativo o promocial;
- c)** Mensajes atractivos para medios; y,
- d)** Los materiales correspondientes a asuntos clave para el destino, generación de anuncios sobre acciones, eventos y logros de importancia, para la distribución de los mensajes.

Todo ello, en aras de fortalecer la imagen de liderazgo de Los Cabos entre los destinos mejor posicionados en el mercado objetivo.

C.3. 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 familiarización, viáticos, comunicados de prensa, acciones de manejo de crisis, agendas de trabajo, etc..., 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 para tal efecto en el contrato.

C.4. 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.2.**, así como, la comprobación y testigos de todas las acciones ejecutadas del **Plan de Trabajo**, que amparen el monto de los servicios prestados, conforme la siguiente tabla:

Actividad	Periodicidad	Descripción	Formato Comprobación
<p>1. Acciones de relación y representación con la Industria turística.</p>	<p>Mensual.</p>	<p>Informes de actividades realizadas con socios comerciales del destino tour operadores, agencias de viajes, operadoras mayoristas y aerolíneas, que incluya por lo menos un breve perfil del representante de la industria, datos de identificación y contacto (nombre, teléfono, correo electrónico, dirección), alcance y beneficios obtenidos o a obtener en el corto y mediano plazo, en su caso oportunidades de venta generadas en segmentos o mercados en Francia.</p> <p>Relación de seminarios y acciones de capacitación realizados con datos de identificación y contacto (nombre, teléfono, correo electrónico, dirección).</p> <p>Listado de ferias de comercio turístico y eventos especiales de la industria en Francia en las que se asistió, cantidad de citas de negocios llevadas a cabo, datos de identificación y contacto (nombre, teléfono, correo electrónico, dirección), alcance y beneficios obtenidos o a obtener en el corto y mediano plazo, en su caso oportunidades de venta generadas en segmentos o mercados en Francia.</p>	<p>Medio electrónico / formato PDF.</p>
		<p>Relación de eventos organizados por el Licitante Ganador con medios de comunicación y actores de la industria turística datos de identificación y contacto de los participantes (nombre, teléfono, correo electrónico, dirección), alcance y beneficios obtenidos o a obtener en el corto y mediano plazo, en su caso oportunidades de venta generadas en segmentos o mercados en Francia.</p> <p>Participación de Los Cabos en las ferias de</p>	

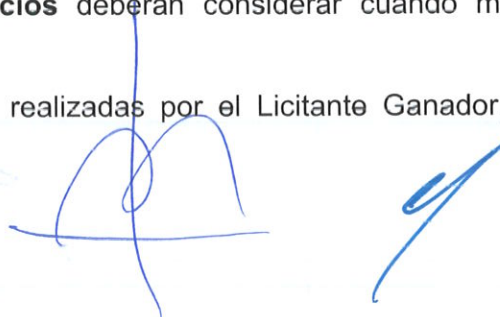
		<p>relevancia para el destino en Francia.</p> <p>En el caso de las propuestas de inversión y socios comerciales para la ejecución de una campaña cooperativa en los años 2026 y 2027, se deberá presentar un documento que identifique a los potenciales socios comerciales con los que es factible ejecutar una campaña cooperativa que incluya un breve perfil, datos de identificación y contacto (nombre, teléfono, correo electrónico, dirección), justificación sobre la experiencia y potencial de la sociedad, el monto de la inversión, las acciones a ejecutar de manera conjunta y los resultados a obtener además de un reporte final de resultados de dichas campañas.</p> <p>Testigos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Invitaciones. ● Comunicaciones con socios comerciales por correo electrónico o escrito. ● Agendas. ● Lista de Asistencia. ● Testigos Fotográficos. ● Notas de prensa (en su caso). 	
2. Relación con medios de comunicación.	Mensual	<p>Relación de medios con los que se realizaron acciones de comunicación con una breve descripción de la acción realizada.</p> <p>Convocatorias, invitaciones a ferias y/o eventos e invitaciones a reuniones y encuentros.</p>	Medio electrónico / formato PDF.
3. Viajes de familiarización (Medios de comunicación e Industria turística).	Cuando se lleven a cabo conforme al Plan de Trabajo.	<p>Ficha técnica de cada viaje de familiarización realizado con la siguiente información:</p> <p>Participantes, período en que se llevó a cabo, actividades realizadas, en el caso de medios de comunicación, medios e <i>influencers</i> fechas estimadas de publicación en medios, monitoreo de noticias y reporte con los testigos (<i>clipping</i>)</p>	Medio electrónico / formato PDF.

		<p>cuantificación del retorno de inversión (ROI), costo beneficio, en el caso de tour operadores, agencias de viajes y otros miembros de la industria turística beneficios de promoción que se obtendrán, en su caso breve descripción de las acciones de asistencia obtenida de hoteles, DMC'S y prestadores de servicios turísticos.</p> <p>Testigos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Invitaciones. ● Agenda. ● Fotografías. ● Notas de Prensa generadas. ● Agradecimientos. 	
4. Caravana de promoción del destino en el mercado objetivo.	Por evento.	<p>Presentación con la justificación de la Caravana de promoción, en la que precisará: los objetivos, la planeación y calendarización del evento, acciones.</p> <p>Testigos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lista de participantes e invitaciones. ● Agenda. ● Cantidad de reuniones agendadas. ● Fotografías. ● Notas de prensa (en su caso). 	Medio electrónico / formato PDF. y/o <i>Power Point</i> .
5. Generación de contenidos.	Mensual.	Relación de mensajes y contenido creado (educativo / promocional) para el destino con una breve descripción, objetivo, audiencia, mercado y medio de difusión.	Medio electrónico / formato PDF.

C.5. ELABORACIÓN DE REPORTES DE SERVICIOS E INFORME FINAL DE CIERRE DE CONTRATO. El Licitante Ganador deberá elaborar reportes mensuales de servicios y un informe final de cierre que considere la totalidad de acciones realizadas, costo en términos de lo establecido en el contrato, así como, los resultados obtenidos que refieran las fuentes de información que lo sustenten, integrando las evidencias documentales que correspondan.

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

- a) Un resumen de las actividades realizadas por el Licitante Ganador, que incluya una



descripción breve de 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.

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

- a) La totalidad de acciones realizadas de un año conforme al **Plan de Trabajo** y sus modificaciones, que integre el presupuesto autorizado y ejercido en cada una, así como, los resultados obtenidos conforme a los objetivos y metas de las acciones que correspondan, que refieran las fuentes de información que los sustenten que integre las evidencias documentales que correspondan.

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


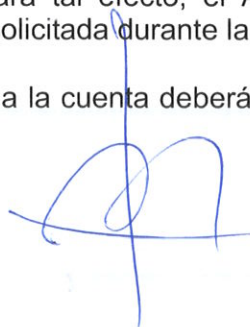
- a) La totalidad de acciones realizadas conforme al **Plan de Trabajo** y sus modificaciones, que integre el presupuesto autorizado y ejercido en cada una, así como, los resultados obtenidos conforme a los objetivos y metas de las acciones que correspondan, que refieran las fuentes de información que los sustenten que integre las evidencias documentales que correspondan.

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

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.

La plantilla de personal asignada por el Licitante Ganador, para la prestación de los servicios a **FITURCA**, podrá solicitar cualquier información que le permita contar con conocimiento suficiente sobre Los Cabos, como es: ubicación geográfica, atractivos, conectividad aérea, actividades turísticas, clima, así como los principales segmentos de mercado que son target del destino, con el objeto de contar con una base técnica que le permita llevar a cabo las actividades de promoción de manera eficaz, para tal efecto, el Administrador del Contrato, le proporcionara cualquier información que sea solicitada durante la vigencia de la prestación de los servicios.

El personal dedicado a la cuenta deberá notificar al Administrador del Contrato de **FITURCA** de



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

FITURCA podrá solicitar al Licitante Ganador la sustitución o relevo de los ejecutivos que den servicio a la cuenta cuando identifique omisiones, incumplimientos o deficiencias en la capacidad del personal para prestar los servicios adecuadamente, debiendo avisar por correo electrónico y requerir 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 vía correo electrónico 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 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.

Los gastos y costos administrativos vinculados con el manejo de la cuenta, tales como equipo de oficina, material, telefonía, horas extras, asistencia a juntas, visitas al cliente etc., deberán estar considerados en el precio del servicio, haciendo mención que **FITURCA** no estará obligado a pagar el costo de ningún servicio que no este debidamente integrado en el **Plan de Trabajo** o las modificaciones que estén previamente acordadas y aprobadas por el Administrador del Contrato designado por **FITURCA**.

Los viáticos y gastos del personal del Licitante Ganador para la realización de las actividades para el cumplimiento del objeto del contrato 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 \$450.00 USD (CUATROCIENTOS CINCUENTA DÓLARES AMERICANOS 00/100 USD) diarios o su equivalente en moneda nacional.

E. PERÍODO. La prestación de los servicios será a partir del **1 de enero de 2026** al **31 de diciembre del 2027**, equivalente a **730 días naturales**.

F. LUGAR DE ENTREGA DE LOS MATERIALES Y DE LOS ELEMENTOS COMPROBATORIOS DE LOS SERVICIOS. La documentación comprobatoria de los servicios realizada se efectuará vía electrónica a las cuentas institucionales que al efecto le señale el Administrador del Contrato al Licitante Ganador, por cierre mensual, es decir, a más tardar cinco días hábiles de cada mes.

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 **\$6´000,000.00 (SEIS MILLONES DE PESOS 00/100 M.N.)**, conforme a la estimación de presupuesto aprobada por el Comité Técnico de **FITURCA**.

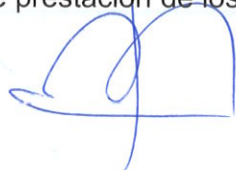
Para tal efecto los licitantes deberán presentar su propuesta económica considerando un monto mínimo desglosado estimado para llevar a cabo las acciones y conceptos de servicios a considerar en el **Plan de Trabajo** a que hace referencia el numeral **C.1.**, del presente anexo técnico, el cual no podrá 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.

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 encuentren considerados en la planeación estratégica o modificaciones a los mismos que no se encuentren aprobados, de conformidad con lo previsto en el presente Anexo Técnico.

I. PROPIEDAD DE MATERIALES. FITURCA, será el titular de los derechos de autor y de propiedad intelectual e industrial de cualquier tipo de material, 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:
De **FITURCA**

Cabo San Lucas, Baja California Sur, México a los 3 días del mes de noviembre de 2025.


MTRO. 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