

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.

**ACTA DEL RESULTADO DEL DICTAMEN TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN DE LA
DOCUMENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS Y APERTURA DE PROPUESTAS
ECONÓMICAS DE LA LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL
NÚMERO LPA-00000010-015-2025**

Para la contratación del **Servicio Integral de marketing en el mercado nacional, para el destino Los Cabos, Baja California Sur.** -----

En Cabo San Lucas, Municipio de Los Cabos, Baja California Sur, México siendo las **11:00 horas** del día **24 de noviembre del 2025**, se reunieron en la Sala de Juntas de las oficinas administrativas del 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, ubicadas en Carretera Transpeninsular Kilómetro 4.3, Fracción I, Lote 5, Plaza Providencia, Local 209 – 210, Colonia El Tezal, en Cabo San Lucas, Municipio de Los Cabos, Baja California Sur, los asistentes cuyos nombres y firmas se plasman al final de la presente acta, con el propósito de celebrar el **Acto del Resultado del Dictamen Técnico de la Evaluación de la documentación de las Propuestas Técnicas y Apertura de Propuestas Económicas** de la Licitación Pública Nacional de carácter presencial número **LPA-00000010-015-2025**, relativa a la contratación del **Servicio Integral de marketing en el mercado nacional, para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, para el período del **1 de enero de 2026 al 31 de diciembre de 2027**, equivalente a **730 días naturales.** -----

El C. **Víctor Alejandro Téllez Campi**, en su carácter de Gerente Jurídico del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, actuando en representación de la Convocante, declara la apertura oficial del presente evento, haciendo constar que se cuenta con la presencia de los siguientes asistentes:

Por parte del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos: -----

- C. **Cecilia Ghirardo Peart** / Gerente de Mercadotecnia del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos F/110602. -----
- C. **Claudia Rubalcava Urias** / Gerencia de Marca y Creatividad del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos F/110602. -----
- C. **Miguel Alberto Gamboa Osuna** / Gerente de Medios Digitales del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos F/110602. -----
- C. **Alex Fernando Araujo De la Cruz** / Gerente de Administración y Finanzas del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos F/110602. -----

Asimismo, se deja constancia que no se presentó persona alguna por parte de los licitantes que ofertaron propuestas, sin embargo, la falta de su firma no invalida de forma alguna este evento o configura algún vicio en el procedimiento licitatorio número **LPA-00000010-015-2025**, tal y como





lo prevé el artículo 45 fracción IX de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur. -----

De igual forma, se pone de manifiesto que, mediante el oficio número **FITURCA/091/2025** datado el 28 de octubre del año en curso, se solicitó a la Titular de la Contraloría General del Gobierno del Estado de Baja California Sur, que designara a un representante de ese ente fiscalizador, para que se apersonara a este acto, en términos del artículo 44 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur. -----

Acto continuo, se hace del conocimiento el sentido del: -----

DICTAMEN TÉCNICO DE LA EVALUACIÓN DE DOCUMENTACIÓN DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS

El presente dictamen técnico se emitió con fundamento en lo dispuesto por el artículo 45 fracciones VI y VII de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, conforme al análisis efectuado a las proposiciones presentadas por los licitantes que participaron en el presente concurso atendiendo a los siguientes: -----

ANTECEDENTES

I. De conformidad con la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, se realizó el procedimiento para la Licitación Pública Nacional de carácter presencial número **LPA-000000010-015-2025**, relativo a la contratación del **Servicio Integral de marketing en el mercado nacional, para el destino Los Cabos, Baja California Sur.** -----

II. Que con fecha 3 de noviembre de 2025, el Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, publicó la correspondiente Convocatoria para la contratación del **Servicio Integral de marketing en el mercado nacional, para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, en el Sistema *Compranet-BCS*, visible en el *link*: <http://compranet.bcs.gob.mx>, así como, en el periódico de mayor circulación en el Estado, a efecto de dar cumplimiento con lo establecido en el Artículo 38 de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur. -----

III. Que el 14 de noviembre de 2025, fecha señalada para llevar a cabo la Junta de Aclaraciones prevista en el artículo 39 fracción II de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, se determinó su diferimiento, por las razones expuestas en el acta respectiva; siendo realizada efectivamente el día 18 del mismo mes y año. -----

IV. Que con fecha 21 de noviembre de 2025, en la Sala de Juntas de este Fideicomiso, se llevó a cabo la entrega y presentación de las Propuestas Técnicas y Económicas, de igual forma, la Apertura de las Propuestas Técnicas, recibándose para su análisis y evaluación la documentación de los licitantes que participaron como se hizo constar en el Acta respectiva. -----

V. Que el suscrito Gerente Jurídico del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, cuenta con las facultades y atribuciones para emitir el presente Dictamen respecto de las evaluaciones de las Propuestas Técnicas, así como, para aprobar o desechar propuestas; tal y como se estableció en -----



el **Capítulo IV. FORMA Y TÉRMINOS DE LOS ACTOS DEL PROCEDIMIENTO**, numeral 1.
Calendario de Eventos de las Bases de la presente Licitación. -----

En este contexto, para participar en la Licitación, se presentaron las Propuestas Técnicas de los licitantes: -----

- **TRANSPERFECT DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.** -----
- **MKTDOSO MÉXICO, S.A. DE C.V.** -----
- **UNO Y MEDIO PUBLICIDAD MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.** -----

DICTAMEN TÉCNICO

Acto seguido se pone de manifiesto que, se realizó una revisión **cualitativa** de la totalidad de la documentación que conformaban las propuestas técnicas presentadas por los licitantes, en donde se verificó el cumplimiento de las bases y anexos correspondientes a la presente licitación. -----

A continuación, por cuestiones de método, se analizó de manera separada las propuestas, en el siguiente tenor: -----

1. La Propuesta Técnica del licitante **TRANSPERFECT DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.**, la cual fue admitida para su análisis y dictamen técnico, se desprende de su estudio particular, lo siguiente: -----

RUBRO I. CAPACIDAD DEL LICITANTE. (PUNTAJE MÁXIMO 3).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
A) EXPERIENCIA Y VINCULACIÓN DEL GIRO DEL LICITANTE A LOS SERVICIOS OBJETO DE LA CONTRATACIÓN.	<p>Curriculum actualizado del Licitante.</p> <p>Acta constitutiva. (No será necesario anexar de nueva cuenta este documento cuando sea integrado por los Licitantes como parte de su Propuesta Técnica en el Sobre 1, Documento 3) Comprobación de la existencia legal del licitante.</p>	<p>El licitante deberá presentar su curriculum actualizado, con el que acredite que el giro principal de su actividad o negocio corresponde a la prestación de servicios de creatividad, <i>marketing</i> digital y planeación y compra de medios, con alcance en el mercado nacional, y que esto coincida con su Acta Constitutiva.</p> <p>Se ponderará a los Licitantes que, además de acreditar que su giro o negocio corresponden a los servicios objeto de la contratación, comprueben que tienen experiencia en la prestación de servicios a destinos turísticos.</p>	3

3/25

TOTAL	3
-------	---

RUBRO II. EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD DEL LICITANTE (PUNTAJE MÁXIMO 38).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS																																						
A) CAPACIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS.	<p>Lista de la plantilla incluyendo los nombres, puestos y funciones.</p> <p>Currículum vitae que avale la experiencia del personal requerido.</p> <p>Carta bajo protesta de decir verdad, firmada por el dueño o representante legal del Licitante que avale la experiencia del personal requerido para el presente subrubro.</p> <p>Formatos de alta en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), así como, copia simple de la última declaración presentada en el Sistema Único de Aportaciones del IMSS que acredite que el personal de la plantilla labora actualmente para el Licitante.</p>	<p>Para la prestación del servicio en el presente procedimiento de contratación, el licitante deberá contar como mínimo, de:</p> <p>a) Creatividad.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Creatividad</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Cuenta y Estrategia</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Director de Arte</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Director Creativo y Copywriter</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Diseñador</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Editor de video</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>b) Marketing digital.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Marketing Digital</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Cuenta</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Estratega de Contenido y Redes Sociales (<i>listening y community management</i>)</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>c) Planeación y Compra de medios.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Planeación y Compra de medios</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Medios</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Gerente Senior de Medios</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para tal efecto deberá presentar la lista de la plantilla incluyendo nombres y puestos.</p> <p>Asimismo, se deberá incluir carta bajo protesta de decir verdad, firmada por la persona física o representante legal de la persona moral, en la que avale la experiencia del personal requerido para el presente subrubro.</p>	Creatividad	Cantidad	Director de Cuenta y Estrategia	1	Director de Arte	1	Director Creativo y Copywriter	1	Diseñador	1	Editor de video	1	TOTAL	5	Marketing Digital	Cantidad	Director de Cuenta	1	Estratega de Contenido y Redes Sociales (<i>listening y community management</i>)	1	Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i>	1	Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.	1	TOTAL	4	Planeación y Compra de medios	Cantidad	Director de Medios	1	Gerente Senior de Medios	1	Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales	1	Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos	2	TOTAL	5	4
Creatividad	Cantidad																																								
Director de Cuenta y Estrategia	1																																								
Director de Arte	1																																								
Director Creativo y Copywriter	1																																								
Diseñador	1																																								
Editor de video	1																																								
TOTAL	5																																								
Marketing Digital	Cantidad																																								
Director de Cuenta	1																																								
Estratega de Contenido y Redes Sociales (<i>listening y community management</i>)	1																																								
Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i>	1																																								
Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.	1																																								
TOTAL	4																																								
Planeación y Compra de medios	Cantidad																																								
Director de Medios	1																																								
Gerente Senior de Medios	1																																								
Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales	1																																								
Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos	2																																								
TOTAL	5																																								

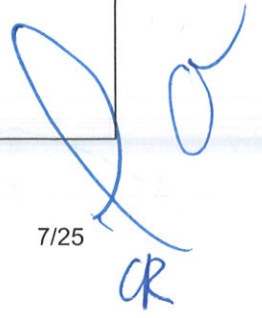
SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
		Con el fin de acreditar la experiencia de la plantilla del personal en el equipo de trabajo del Licitante deberá presentar formatos de alta en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), así como, copia simple de la última declaración presentada en el Sistema Único de Aportaciones del IMSS que acredite que el personal de la plantilla labora actualmente para el Licitante, con excepción del personal considerado Enlace Institucional que está sujeto a aprobación de FIGURCA .	
B) EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.	Contratos de prestación de servicios de <i>marketing</i> .	Se otorgará el mayor número de puntos al licitante, que acredite hasta 8 años de experiencia continua, prestando los servicios solicitados y por lo menos 5 años, mediante contratos que hubieran estado vigentes durante los ejercicios 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024. La experiencia se acreditará con contratos firmados y formalizados por el Licitante, de cuyo objeto se advierta que prestaron los servicios objeto de esta licitación (<i>Marketing</i> Digital, Creatividad, y Planeación y Compra de Medios) y que su vigencia se pueda verificar, a fin de cumplir el presente requisito.	0
C) CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS.	Cartas de recomendación vinculadas al acreditamiento de la experiencia.	El Licitante deberá presentar las cartas de recomendación vinculadas al acreditamiento de la experiencia señalada en el punto inmediato anterior, las cuales especifiquen que recibieron a su entera satisfacción los servicios prestados de <i>Marketing</i> Digital, Creatividad, y Planeación y Compra de Medios.	0
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1. CREATIVIDAD.	Arquitectura de marca o manual de identidad.	El licitante deberá presentar un ejemplo de manual de marca o documento de arquitectura de identidad visual desarrollado por el Licitante, del cual se evidencie su capacidad para establecer lineamientos estratégicos y estéticos de una marca.	0

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the initials "CR".

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
D.1.1. Arquitectura de marca o manual de identidad.		Se evaluará la claridad, coherencia y nivel de desarrollo en la estructura del manual de marca o arquitectura visual. Se valorará la capacidad para establecer lineamientos estratégicos, consistencia visual, innovación y aplicabilidad.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1. CREATIVIDAD. D.1.2. Portafolio de campañas creativas.	Portafolio de campañas creativas.	El licitante deberá presentar un portafolio digital o impreso que contenga, al menos, tres campañas publicitarias o de posicionamiento desarrolladas en los últimos cinco años, donde se evidencie la estrategia creativa, concepto rector, piezas producidas y resultados obtenidos. Se evaluará la relevancia, originalidad y resultados comprobables en campañas desarrolladas. Se valorará la experiencia en campañas turísticas, de posicionamiento o destinos de lujo.	1
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1. CREATIVIDAD. D.1.3. Constancias o cartas de cumplimiento de servicios creativos.	Constancias o cartas de cumplimiento de servicios creativos.	Se otorgarán puntos al Licitante que presente en su propuesta técnica, cartas de cumplimiento o constancias de satisfacción (máximo 5) emitidas por clientes (públicos o privados) que acrediten la correcta ejecución de servicios de creatividad, desarrollo de conceptos, producción audiovisual o <i>branding</i> . Se evaluará la satisfacción expresada por clientes anteriores en servicios creativos o de <i>branding</i> y, en específico, a las que sean afines a servicios a destinos turísticos.	0
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL.	Campañas digitales y/o estrategias de redes sociales.	El licitante deberá presentar tres ejemplos de campañas digitales y/o estrategias de redes sociales administradas por la agencia en los últimos tres años, incluyendo capturas de publicaciones, métricas de desempeño y resultados alcanzados (<i>engagement</i> , alcance, crecimiento de	0

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
D.2.1. Evidencia de gestión de redes sociales.		comunidad, etc.). Se evaluará la relevancia de las campañas presentadas, calidad de ejecución, métricas de desempeño. Se valorará la experiencia en campañas turísticas, de marcas o destinos de lujo.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL. D.2.2. Plan digital anual o estrategia integral.	Plan digital.	El licitante deberá presentar un documento o extracto de un Plan digital desarrollado previamente, que demuestre su capacidad para estructurar estrategias anuales de contenidos, segmentación, calendario editorial y KPI's. Se evaluará el nivel de detalle, estructura estratégica, coherencia con objetivos de marketing y uso de indicadores (KPI's).	2
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL. D.2.3. Muestra de materiales audiovisuales y editoriales.	Links o códigos QR que remitan a piezas audiovisuales, blogs o materiales producidos.	Se deberán presentar <i>links</i> o códigos QR que remitan a piezas audiovisuales, blogs o materiales producidos por el licitante para medios digitales o plataformas de contenido. Se evaluará la calidad técnica y narrativa de las piezas audiovisuales y editoriales. Se valorará la innovación, consistencia de marca y adecuación al público objetivo.	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.1. Informe de casos de planificación y compra de	Casos de éxito.	El licitante deberá entregar un documento en formato libre, en el que describa al menos dos casos reales en los que haya participado en la planeación, negociación y contratación de medios, detallando objetivos, estrategias, medios utilizados y resultados obtenidos. Se evaluará la claridad en la descripción de casos, estrategias aplicadas y resultados obtenidos. Se valorará diversidad de medios y optimización presupuestal con resultados	2





SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
medios.		cuantificables.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.2. Cartas de recomendación de socios o medios.	Cartas de recomendación de socios o medios.	Se deberán anexar cartas o convenios marco con medios, centrales de medios o plataformas publicitarias que acrediten relaciones comerciales vigentes o alianzas estratégicas. Se evaluará la relevancia y vigencia de las alianzas con medios o plataformas publicitarias.	0
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.3. Monitoreo y reporte de medios.	Modelo de reporte de monitoreo y seguimiento de campañas.	El licitante deberá incluir un modelo de reporte de monitoreo y seguimiento de campañas, donde se evidencie la trazabilidad de inversión, resultados y comprobación a través de plataformas o sistemas actuales y automatizados. Se evaluará la estructura, claridad y detalle en el modelo de reporte; evidencia de control de inversión, seguimiento y resultados.	2
TOTAL			14

RUBRO III. PROPUESTA DE TRABAJO PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO EN EL MERCADO OBJETIVO (PUNTAJE MÁXIMO 9).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
A) PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO.	Propuesta de programa de trabajo en formato libre que considere la ejecución de los servicios objeto de la presente Licitación.	El Licitante deberá presentar en su propuesta el Plan de Trabajo en formato libre que considere la ejecución de los servicios objeto de la presente Licitación descritos en el Anexo II , el cual deberá estar integrado con los tres rubros centrales: 1. Creatividad; 2. Marketing digital; y,	3

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
		3. Planeación y Compra de medios. Además de integrar un calendario de ejecución para los ejercicios 2026 - 2027.	
TOTAL			3

En consecuencia, el puntaje obtenido por el licitante **TRANSPERFECT DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.**, resulta de la siguiente suma aritmética: -----

RUBRO	PUNTUACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN OBTENIDA
CAPACIDAD DEL LICITANTE	3	3
EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD DEL LICITANTE	38	14
PROPUESTA DE TRABAJO Y TERRITORIO PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO EN EL MERCADO OBJETIVO	9	3
TOTAL	50	20

2. La Propuesta Técnica del licitante **MKTDOSO MÉXICO, S.A. DE C.V.**, la cual fue admitida para su análisis y dictamen técnico, se desprende de su estudio particular, lo siguiente: -----

RUBRO I. CAPACIDAD DEL LICITANTE. (PUNTAJE MÁXIMO 3).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
A) EXPERIENCIA Y VINCULACIÓN DEL GIRO DEL LICITANTE A LOS SERVICIOS OBJETO DE LA CONTRATACIÓN.	<p>Currículum actualizado del Licitante.</p> <p>Acta constitutiva. (No será necesario anexar de nueva cuenta este documento cuando sea integrado por los Licitantes como parte de su Propuesta Técnica en el Sobre 1, Documento 3) Comprobación de la existencia legal del licitante.</p>	<p>El licitante deberá presentar su currículum actualizado, con el que acredite que el giro principal de su actividad o negocio corresponde a la prestación de servicios de creatividad, <i>marketing</i> digital y planeación y compra de medios, con alcance en el mercado nacional, y que esto coincida con su Acta Constitutiva.</p> <p>Se ponderará a los Licitantes que, además de acreditar que su giro o negocio corresponden a los servicios objeto de la contratación, comprueben que tienen experiencia en la prestación de servicios a destinos turísticos.</p>	2

TOTAL	2
-------	---

RUBRO II. EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD DEL LICITANTE (PUNTAJE MÁXIMO 38).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS																																						
A) CAPACIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS.	<p>Lista de la plantilla incluyendo los nombres, puestos y funciones.</p> <p>Currículum vitae que avale la experiencia del personal requerido.</p> <p>Carta bajo protesta de decir verdad, firmada por el dueño o representante legal del Licitante que avale la experiencia del personal requerido para el presente subrubro.</p> <p>Formatos de alta en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), así como, copia simple de la última declaración presentada en el Sistema Único de Aportaciones del IMSS que acredite que el personal de la plantilla labora actualmente para el Licitante.</p>	<p>Para la prestación del servicio en el presente procedimiento de contratación, el licitante deberá contar como mínimo, de:</p> <p>a) Creatividad.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Creatividad</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Cuenta y Estrategia</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Director de Arte</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Director Creativo y Copywriter</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Diseñador</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Editor de video</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>b) Marketing digital.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Marketing Digital</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Cuenta</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Estrategia de Contenido y Redes Sociales (<i>listening</i> y <i>community management</i>)</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>c) Planeación y Compra de medios.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Planeación y Compra de medios</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Medios</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Gerente Senior de Medios</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para tal efecto deberá presentar la lista de la plantilla incluyendo nombres y puestos.</p> <p>Asimismo, se deberá incluir carta bajo protesta de decir verdad, firmada por la persona física o representante legal de la persona moral, en la que avale la experiencia del personal requerido para el presente subrubro.</p>	Creatividad	Cantidad	Director de Cuenta y Estrategia	1	Director de Arte	1	Director Creativo y Copywriter	1	Diseñador	1	Editor de video	1	TOTAL	5	Marketing Digital	Cantidad	Director de Cuenta	1	Estrategia de Contenido y Redes Sociales (<i>listening</i> y <i>community management</i>)	1	Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i>	1	Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.	1	TOTAL	4	Planeación y Compra de medios	Cantidad	Director de Medios	1	Gerente Senior de Medios	1	Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales	1	Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos	2	TOTAL	5	4
Creatividad	Cantidad																																								
Director de Cuenta y Estrategia	1																																								
Director de Arte	1																																								
Director Creativo y Copywriter	1																																								
Diseñador	1																																								
Editor de video	1																																								
TOTAL	5																																								
Marketing Digital	Cantidad																																								
Director de Cuenta	1																																								
Estrategia de Contenido y Redes Sociales (<i>listening</i> y <i>community management</i>)	1																																								
Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i>	1																																								
Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.	1																																								
TOTAL	4																																								
Planeación y Compra de medios	Cantidad																																								
Director de Medios	1																																								
Gerente Senior de Medios	1																																								
Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales	1																																								
Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos	2																																								
TOTAL	5																																								

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
		Con el fin de acreditar la experiencia de la plantilla del personal en el equipo de trabajo del Licitante deberá presentar formatos de alta en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), así como, copia simple de la última declaración presentada en el Sistema Único de Aportaciones del IMSS que acredite que el personal de la plantilla labora actualmente para el Licitante, con excepción del personal considerado Enlace Institucional que está sujeto a aprobación de FIGURCA .	
B) EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.	Contratos de prestación de servicios de <i>marketing</i> .	Se otorgará el mayor número de puntos al licitante, que acredite hasta 8 años de experiencia continua, prestando los servicios solicitados y por lo menos 5 años, mediante contratos que hubieran estado vigentes durante los ejercicios 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024. La experiencia se acreditará con contratos firmados y formalizados por el Licitante, de cuyo objeto se advierta que prestaron los servicios objeto de esta licitación (<i>Marketing</i> Digital, Creatividad, y Planeación y Compra de Medios) y que su vigencia se pueda verificar, a fin de cumplir el presente requisito.	3
C) CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS.	Cartas de recomendación vinculadas al acreditamiento de la experiencia.	El Licitante deberá presentar las cartas de recomendación vinculadas al acreditamiento de la experiencia señalada en el punto inmediato anterior, las cuales especifiquen que recibieron a su entera satisfacción los servicios prestados de <i>Marketing</i> Digital, Creatividad, y Planeación y Compra de Medios.	1
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1. CREATIVIDAD.	Arquitectura de marca o manual de identidad.	El licitante deberá presentar un ejemplo de manual de marca o documento de arquitectura de identidad visual desarrollado por el Licitante, del cual se evidencie su capacidad para establecer lineamientos estratégicos y estéticos de una marca.	1

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
D.1.1. Arquitectura de marca o manual de identidad.		Se evaluará la claridad, coherencia y nivel de desarrollo en la estructura del manual de marca o arquitectura visual. Se valorará la capacidad para establecer lineamientos estratégicos, consistencia visual, innovación y aplicabilidad.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1. CREATIVIDAD. D.1.2. Portafolio de campañas creativas.	Portafolio de campañas creativas.	El licitante deberá presentar un portafolio digital o impreso que contenga, al menos, tres campañas publicitarias o de posicionamiento desarrolladas en los últimos cinco años, donde se evidencie la estrategia creativa, concepto rector, piezas producidas y resultados obtenidos. Se evaluará la relevancia, originalidad y resultados comprobables en campañas desarrolladas. Se valorará la experiencia en campañas turísticas, de posicionamiento o destinos de lujo.	1
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1. CREATIVIDAD. D.1.3. Constancias o cartas de cumplimiento de servicios creativos.	Constancias o cartas de cumplimiento de servicios creativos.	Se otorgarán puntos al Licitante que presente en su propuesta técnica, cartas de cumplimiento o constancias de satisfacción (máximo 5) emitidas por clientes (públicos o privados) que acrediten la correcta ejecución de servicios de creatividad, desarrollo de conceptos, producción audiovisual o <i>branding</i> . Se evaluará la satisfacción expresada por clientes anteriores en servicios creativos o de <i>branding</i> y, en específico, a las que sean afines a servicios a destinos turísticos.	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL.	Campañas digitales y/o estrategias de redes sociales.	El licitante deberá presentar tres ejemplos de campañas digitales y/o estrategias de redes sociales administradas por la agencia en los últimos tres años, incluyendo capturas de publicaciones, métricas de desempeño y resultados alcanzados (<i>engagement</i> , alcance, crecimiento de	3

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
D.2.1. Evidencia de gestión de redes sociales.		comunidad, etc.). Se evaluará la relevancia de las campañas presentadas, calidad de ejecución, métricas de desempeño. Se valorará la experiencia en campañas turísticas, de marcas o destinos de lujo.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL. D.2.2. Plan digital anual o estrategia integral.	Plan digital.	El licitante deberá presentar un documento o extracto de un Plan digital desarrollado previamente, que demuestre su capacidad para estructurar estrategias anuales de contenidos, segmentación, calendario editorial y KPI's. Se evaluará el nivel de detalle, estructura estratégica, coherencia con objetivos de marketing y uso de indicadores (KPI's).	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL. D.2.3. Muestra de materiales audiovisuales y editoriales.	Links o códigos QR que remitan a piezas audiovisuales, blogs o materiales producidos.	Se deberán presentar <i>links</i> o códigos QR que remitan a piezas audiovisuales, blogs o materiales producidos por el licitante para medios digitales o plataformas de contenido. Se evaluará la calidad técnica y narrativa de las piezas audiovisuales y editoriales. Se valorará la innovación, consistencia de marca y adecuación al público objetivo.	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.1. Informe de casos de planificación y compra de	Casos de éxito.	El licitante deberá entregar un documento en formato libre, en el que describa al menos dos casos reales en los que haya participado en la planeación, negociación y contratación de medios, detallando objetivos, estrategias, medios utilizados y resultados obtenidos. Se evaluará la claridad en la descripción de casos, estrategias aplicadas y resultados obtenidos. Se valorará diversidad de medios y optimización presupuestal con resultados	1

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
medios.		cuantificables.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.2. Cartas de recomendación de socios o medios.	Cartas de recomendación de socios o medios.	Se deberán anexar cartas o convenios de marco con medios, centrales de medios o plataformas publicitarias que acrediten relaciones comerciales vigentes o alianzas estratégicas. Se evaluará la relevancia y vigencia de las alianzas con medios o plataformas publicitarias.	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.3. Monitoreo y reporte de medios.	Modelo de reporte de monitoreo y seguimiento de campañas.	El licitante deberá incluir un modelo de reporte de monitoreo y seguimiento de campañas, donde se evidencie la trazabilidad de inversión, resultados y comprobación a través de plataformas o sistemas actuales y automatizados. Se evaluará la estructura, claridad y detalle en el modelo de reporte; evidencia de control de inversión, seguimiento y resultados.	2
TOTAL			31

RUBRO III. PROPUESTA DE TRABAJO PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO EN EL MERCADO OBJETIVO (PUNTAJE MÁXIMO 9).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
A) PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO.	Propuesta de programa de trabajo en formato libre que considere la ejecución de los servicios objeto de la presente Licitación.	El Licitante deberá presentar en su propuesta el Plan de Trabajo en formato libre que considere la ejecución de los servicios objeto de la presente Licitación descritos en el Anexo II , el cual deberá estar integrado con los tres rubros centrales: 1. Creatividad; 2. Marketing digital; y,	3

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
		3. Planeación y Compra de medios. Además de integrar un calendario de ejecución para los ejercicios 2026 - 2027.	
TOTAL			5

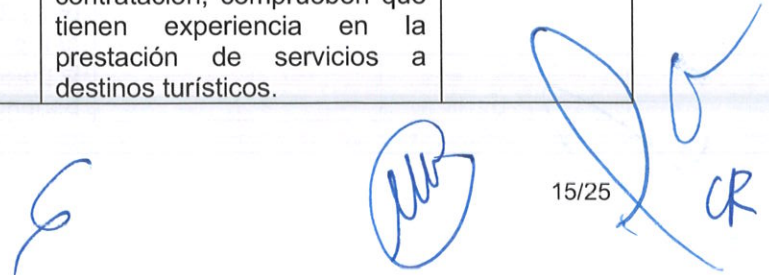
En consecuencia, el puntaje obtenido por el licitante **MKTDOSO MÉXICO, S.A. DE C.V.**, resulta de la siguiente suma aritmética: -----

RUBRO	PUNTUACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN OBTENIDA
CAPACIDAD DEL LICITANTE	3	2
EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD DEL LICITANTE	38	31
PROPUESTA DE TRABAJO Y TERRITORIO PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO EN EL MERCADO OBJETIVO	9	5
TOTAL	50	38

3. La Propuesta Técnica del licitante **UNO Y MEDIO PUBLICIDAD MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.**, la cual fue admitida para su análisis y dictamen técnico, se desprende de su estudio particular, lo siguiente: -----

RUBRO I. CAPACIDAD DEL LICITANTE. (PUNTAJE MÁXIMO 3).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
A) EXPERIENCIA Y VINCULACIÓN DEL GIRO DEL LICITANTE A LOS SERVICIOS OBJETO DE LA CONTRATACIÓN.	<p>Currículum actualizado del Licitante.</p> <p>Acta constitutiva. (No será necesario anexar de nueva cuenta este documento cuando sea integrado por los Licitantes como parte de su Propuesta Técnica en el Sobre 1, Documento 3) Comprobación de la existencia legal del licitante.</p>	<p>El licitante deberá presentar su currículum actualizado, con el que acredite que el giro principal de su actividad o negocio corresponde a la prestación de servicios de creatividad, <i>marketing</i> digital y planeación y compra de medios, con alcance en el mercado nacional, y que esto coincida con su Acta Constitutiva.</p> <p>Se ponderará a los Licitantes que, además de acreditar que su giro o negocio corresponden a los servicios objeto de la contratación, comprueben que tienen experiencia en la prestación de servicios a destinos turísticos.</p>	3



TOTAL	3
-------	---

RUBRO II. EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD DEL LICITANTE (PUNTAJE MÁXIMO 38).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS																																						
A) CAPACIDAD DE LOS RECURSOS HUMANOS.	<p>Lista de la plantilla incluyendo los nombres, puestos y funciones.</p> <p>Currículum vitae que avale la experiencia del personal requerido.</p> <p>Carta bajo protesta de decir verdad, firmada por el dueño o representante legal del Licitante que avale la experiencia del personal requerido para el presente subrubro.</p> <p>Formatos de alta en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), así como, copia simple de la última declaración presentada en el Sistema Único de Aportaciones del IMSS que acredite que el personal de la plantilla labora actualmente para el Licitante.</p>	<p>Para la prestación del servicio en el presente procedimiento de contratación, el licitante deberá contar como mínimo, de:</p> <p>a) Creatividad.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Creatividad</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Cuenta y Estrategia</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Director de Arte</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Director Creativo y Copywriter</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Diseñador</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Editor de video</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>b) Marketing digital.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Marketing Digital</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Cuenta</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Estratega de Contenido y Redes Sociales (<i>listening y community management</i>)</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i></td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table> <p>c) Planeación y Compra de medios.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Planeación y Compra de medios</th> <th>Cantidad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Director de Medios</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Gerente Senior de Medios</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table> <p>Para tal efecto deberá presentar la lista de la plantilla incluyendo nombres y puestos.</p> <p>Asimismo, se deberá incluir carta bajo protesta de decir verdad, firmada por la persona física o representante legal de la persona moral, en la que avale la experiencia del personal requerido para el</p>	Creatividad	Cantidad	Director de Cuenta y Estrategia	1	Director de Arte	1	Director Creativo y Copywriter	1	Diseñador	1	Editor de video	1	TOTAL	5	Marketing Digital	Cantidad	Director de Cuenta	1	Estratega de Contenido y Redes Sociales (<i>listening y community management</i>)	1	Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i>	1	Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.	1	TOTAL	4	Planeación y Compra de medios	Cantidad	Director de Medios	1	Gerente Senior de Medios	1	Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales	1	Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos	2	TOTAL	5	4
Creatividad	Cantidad																																								
Director de Cuenta y Estrategia	1																																								
Director de Arte	1																																								
Director Creativo y Copywriter	1																																								
Diseñador	1																																								
Editor de video	1																																								
TOTAL	5																																								
Marketing Digital	Cantidad																																								
Director de Cuenta	1																																								
Estratega de Contenido y Redes Sociales (<i>listening y community management</i>)	1																																								
Coordinador de Contenido, Redes Sociales, <i>Mailing</i> y <i>Copywriter</i>	1																																								
Enlace de contenido especializado del destino para el segmento de lujo y ultra lujo.	1																																								
TOTAL	4																																								
Planeación y Compra de medios	Cantidad																																								
Director de Medios	1																																								
Gerente Senior de Medios	1																																								
Coordinador de Operación y desempeño de anuncios digitales	1																																								
Enlace institucional con perfil Senior basado en Los Cabos	2																																								
TOTAL	5																																								

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
		<p>presente subrubro.</p> <p>Con el fin de acreditar la experiencia de la plantilla del personal en el equipo de trabajo del Licitante deberá presentar formatos de alta en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), así como, copia simple de la última declaración presentada en el Sistema Único de Aportaciones del IMSS que acredite que el personal de la plantilla labora actualmente para el Licitante, con excepción del personal considerado Enlace Institucional que está sujeto a aprobación de FIGURCA.</p>	
B) EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO.	Contratos de prestación de servicios de <i>marketing</i> .	<p>Se otorgará el mayor número de puntos al licitante, que acredite hasta 8 años de experiencia continua, prestando los servicios solicitados y por lo menos 5 años, mediante contratos que hubieran estado vigentes durante los ejercicios 2020, 2021, 2022, 2023 y 2024.</p> <p>La experiencia se acreditará con contratos firmados y formalizados por el Licitante, de cuyo objeto se advierta que prestaron los servicios objeto de esta licitación (<i>Marketing Digital</i>, Creatividad, y Planeación y Compra de Medios) y que su vigencia se pueda verificar, a fin de cumplir el presente requisito.</p>	3
C) CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS.	Cartas de recomendación vinculadas al acreditamiento de la experiencia.	El Licitante deberá presentar las cartas de recomendación vinculadas al acreditamiento de la experiencia señalada en el punto inmediato anterior, las cuales especifiquen que recibieron a su entera satisfacción los servicios prestados de <i>Marketing Digital</i> , Creatividad, y Planeación y Compra de Medios.	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1.	Arquitectura de marca o manual de identidad.	El licitante deberá presentar un ejemplo de manual de marca o documento de arquitectura de identidad visual desarrollado por el Licitante, del cual se evidencie su capacidad para establecer lineamientos estratégicos y estéticos de	2

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
CREATIVIDAD. D.1.1. Arquitectura de marca o manual de identidad.		una marca. Se evaluará la claridad, coherencia y nivel de desarrollo en la estructura del manual de marca o arquitectura visual. Se valorará la capacidad para establecer lineamientos estratégicos, consistencia visual, innovación y aplicabilidad.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1. CREATIVIDAD. D.1.2. Portafolio de campañas creativas.	Portafolio de campañas creativas.	El licitante deberá presentar un portafolio digital o impreso que contenga, al menos, tres campañas publicitarias o de posicionamiento desarrolladas en los últimos cinco años, donde se evidencie la estrategia creativa, concepto rector, piezas producidas y resultados obtenidos. Se evaluará la relevancia, originalidad y resultados comprobables en campañas desarrolladas. Se valorará la experiencia en campañas turísticas, de posicionamiento o destinos de lujo.	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.1. CREATIVIDAD. D.1.3. Constancias o cartas de cumplimiento de servicios creativos.	Constancias o cartas de cumplimiento de servicios creativos.	Se otorgarán puntos al Licitante que presente en su propuesta técnica, cartas de cumplimiento o constancias de satisfacción (máximo 5) emitidas por clientes (públicos o privados) que acrediten la correcta ejecución de servicios de creatividad, desarrollo de conceptos, producción audiovisual o <i>branding</i> . Se evaluará la satisfacción expresada por clientes anteriores en servicios creativos o de <i>branding</i> y, en específico, a las que sean afines a servicios a destinos turísticos.	2
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL.	Campañas digitales y/o estrategias de redes sociales.	El licitante deberá presentar tres ejemplos de campañas digitales y/o estrategias de redes sociales administradas por la agencia en los últimos tres años, incluyendo capturas de publicaciones, métricas de desempeño y resultados alcanzados	3

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
D.2.1. Evidencia de gestión de redes sociales.		(<i>engagement</i> , alcance, crecimiento de comunidad, etc.). Se evaluará la relevancia de las campañas presentadas, calidad de ejecución, métricas de desempeño. Se valorará la experiencia en campañas turísticas, de marcas o destinos de lujo.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL. D.2.2. Plan digital anual o estrategia integral.	Plan digital.	El licitante deberá presentar un documento o extracto de un Plan digital desarrollado previamente, que demuestre su capacidad para estructurar estrategias anuales de contenidos, segmentación, calendario editorial y <i>KPI</i> 's. Se evaluará el nivel de detalle, estructura estratégica, coherencia con objetivos de marketing y uso de indicadores (<i>KPI</i> 's).	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.2. MARKETING DIGITAL. D.2.3. Muestra de materiales audiovisuales y editoriales.	<i>Links</i> o códigos QR que remitan a piezas audiovisuales, blogs o materiales producidos.	Se deberán presentar <i>links</i> o códigos QR que remitan a piezas audiovisuales, blogs o materiales producidos por el licitante para medios digitales o plataformas de contenido. Se evaluará la calidad técnica y narrativa de las piezas audiovisuales y editoriales. Se valorará la innovación, consistencia de marca y adecuación al público objetivo.	3
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.1. Informe de casos de planificación y	Casos de éxito.	El licitante deberá entregar un documento en formato libre, en el que describa al menos dos casos reales en los que haya participado en la planeación, negociación y contratación de medios, detallando objetivos, estrategias, medios utilizados y resultados obtenidos. Se evaluará la claridad en la descripción de casos, estrategias aplicadas y resultados obtenidos. Se valorará diversidad de medios y optimización	4

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
compra de medios.		presupuestal con resultados cuantificables.	
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.2. Cartas de recomendación de socios o medios.	Cartas de recomendación de socios o medios.	Se deberán anexar cartas o convenios marco con medios, centrales de medios o plataformas publicitarias que acrediten relaciones comerciales vigentes o alianzas estratégicas. Se evaluará la relevancia y vigencia de las alianzas con medios o plataformas publicitarias.	4
D) CAPACIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO. D.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS. D.3.3. Monitoreo y reporte de medios.	Modelo de reporte de monitoreo y seguimiento de campañas.	El licitante deberá incluir un modelo de reporte de monitoreo y seguimiento de campañas, donde se evidencie la trazabilidad de inversión, resultados y comprobación a través de plataformas o sistemas actuales y automatizados. Se evaluará la estructura, claridad y detalle en el modelo de reporte; evidencia de control de inversión, seguimiento y resultados.	3
TOTAL			37

RUBRO III. PROPUESTA DE TRABAJO PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO EN EL MERCADO OBJETIVO (PUNTAJE MÁXIMO 9).

SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
A) PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO.	Propuesta de programa de trabajo en formato libre que considere la ejecución de los servicios objeto de la presente Licitación.	El Licitante deberá presentar en su propuesta el Plan de Trabajo en formato libre que considere la ejecución de los servicios objeto de la presente Licitación descritos en el Anexo II , el cual deberá estar integrado con los tres rubros centrales: 1. Creatividad;	9



SUBRUBRO	DOCUMENTO	CRITERIO DE EVALUACIÓN	PUNTOS OBTENIDOS
		2. Marketing digital; y, 3. Planeación y Compra de medios. Además de integrar un calendario de ejecución para los ejercicios 2026 - 2027.	
TOTAL			9

En consecuencia, el puntaje obtenido por el licitante **UNO Y MEDIO PUBLICIDAD MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.**, resulta de la siguiente suma aritmética: -----

RUBRO	PUNTUACIÓN MÁXIMA	PUNTUACIÓN OBTENIDA
CAPACIDAD DEL LICITANTE	3	3
EXPERIENCIA Y ESPECIALIDAD DEL LICITANTE	38	37
PROPUESTA DE TRABAJO Y TERRITORIO PARA LA EJECUCIÓN DEL SERVICIO EN EL MERCADO OBJETIVO	9	9
TOTAL	50	49

No es ocioso mencionar que, para la emisión del Dictamen Técnico que nos ocupa, se tomaron como base la calidad, especialidad y tecnicidad de los instrumentos con los que los concursantes elaboraron y presentaron sus Propuestas Técnicas, conforme a los criterios de evaluación previamente establecidos en las Bases del presente procedimiento licitatorio. -----

RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA

El Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, a través del personal actuante, hace del conocimiento el resultado de la evaluación técnica para la Licitación Pública Nacional número **LPA-00000010-015-2025**, relativo a la contratación del **Servicio Integral de marketing en el mercado nacional, para el destino Los Cabos, Baja California Sur**, y de conformidad con la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur, en los siguientes términos: -----

- Se **DESECHA** la propuesta del licitante **TRANSPERFECT DE MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.**, en virtud de que únicamente obtuvo un puntaje de **20 puntos** de los 50 posibles, sin llegar al mínimo requerido de 37.5, tal y como se señaló en el numeral denominado **2.1 Evaluación técnica** de las Bases de la presente Licitación; por lo anterior, no se procederá a la apertura de su Propuesta Económica. -----
- Se **ACEPTA** la propuesta técnica del Licitante **MKTDOSO MÉXICO, S.A. DE C.V.**, toda vez que superó el puntaje mínimo requerido al obtener **38 puntos** de los 50 posibles, como se señaló en el numeral denominado **2.1 Evaluación técnica** de las Bases de la presente Licitación, por lo que se procederá a la apertura de su Propuesta Económica. -----
- Se **ACEPTA** la propuesta técnica del Licitante **UNO Y MEDIO PUBLICIDAD MÉXICO, S.**

DE R.L. DE C.V., toda vez que superó el puntaje mínimo requerido al obtener **49 puntos** de los 50 posibles, como se señaló en el numeral denominado **2.1 Evaluación técnica** de las Bases de la presente Licitación, por lo que se procederá a la apertura de su Propuesta Económica. -----

Con esto se da por concluida la primera etapa de Evaluación Técnica. -----

APERTURA DE PROPUESTAS ECONÓMICAS

Acto seguido, se procedió con la segunda etapa de este evento, la apertura de Propuestas Económicas, resultando que: -----

1.- RESUMEN ECONÓMICO GLOBAL del licitante **MKTDOSO MÉXICO, S.A. DE C.V.:** -----

Creatividad y Marketing Digital	\$666,574.28 (SEISCIENTOS SESENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS SETENTA Y CUATRO PESOS 28/100 M.N.)
Planeación y Compra de Medios	0.01% (PUNTO CERO UNO POR CIENTO)
Inversión publicitaria en mercado nacional	Monto máximo \$99'007,160.00 (NOVENTA Y NUEVE MILLONES SIETE MIL CIENTO SESENTA PESOS 00/100 M.N.)
	Monto mínimo \$33'506,217.28 (TREINTA Y TRES MILLONES QUINIENTOS SEIS MIL DOSCIENTOS DIECISIETE PESOS 28/100 M.N.)

El cual se desglosa de la siguiente forma: -----

A) PROPUESTA DE HONORARIOS POR LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE CREATIVIDAD Y MARKETING DIGITAL: -----

CONCEPTO	SUBCONCEPTO	COSTO UNITARIO	IGUALA MENSUAL INTEGRADA
C.1.1. CREATIVIDAD	C.1.1.1. Estrategia y generación de conceptos creativos para campañas en el mercado nacional y otros de habla hispana.	\$61,916.00	\$574,633.00
	C.1.1.2. Producción de campañas, máster de comunicación y otros materiales creativos.	\$131,556.00	
	C.1.1.3. Arquitectura de Marca y/o actualización de Manuales de Marca.	\$41,892.00	
	C.1.1.4. Levantamientos de imagen y video.	\$97,956.00	
	C.1.1.5. Mantenimiento y clasificación del acervo de foto y video en medio digital.	\$31,241.00	
C.1.2. MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO	C.1.2.1. Diseño de estrategia y generación de contenidos para redes sociales y canales digitales en español.	\$36,691.00	
	C.1.2.2. <i>Community Management</i> para redes en español.	\$37,266.00	
	C.1.2.3. Escucha en redes sociales.	\$34,816.00	

CONCEPTO	SUBCONCEPTO	COSTO UNITARIO	IGUALA MENSUAL INTEGRADA
	C.1.2.4. Generación y edición de contenidos para página web y blogs.	\$32,016.00	
	C.1.2.5. Programa de e-mail Marketing.	\$35,516.00	
	C.1.2.6. Material audiovisual y contenido especializado para segmentos de lujo y ultra lujo.	\$33,767.00	
SUBTOTAL			\$574,633.00
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)			\$91,941.28
TOTAL			\$666,574.28

B) PROPUESTA DE HONORARIOS POR LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS: -----

CONCEPTO	SUBCONCEPTO	PORCENTAJE
C.1.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS	C.1.3.1. Análisis pre-contratación de medios.	0.01% (PUNTO CERO UNO POR CIENTO)
	C.1.3.2. Planeación.	
	C.1.3.3. Negociación.	
	C.1.3.4. Contratación de espacios comerciales en medios y pauta de posteo en redes sociales.	
	C.1.3.5. Socios comerciales y esfuerzos cooperativos.	
	C.1.3.6. Aprobación de materiales.	
	C.1.3.7. Ejecución y monitoreo.	

C) PROPUESTA DE INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO NACIONAL. -----

CONCEPTO	PRESUPUESTO	
	MÍNIMO	MÁXIMO
INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO NACIONAL (CONTRATACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES DE MEDIOS).	\$28'884,670.07	\$85'351,000.00
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)	\$4'621,547.21	\$13'656,160.00
TOTAL	\$33'506,217.28	\$99'007,160.00

2.- RESUMEN ECONÓMICO GLOBAL del licitante UNO Y MEDIO PUBLICIDAD MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V.: -----

Creatividad y Marketing Digital	\$348,000.00 (TRESCIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL PESOS 28/100 M.N.)
Planeación y Compra de Medios	9.5% (NUEVE PUNTO CINCO POR CIENTO)
Inversión publicitaria en mercado nacional	Monto máximo \$123'760,000.00 (CIENTO VEINTITRÉS MILLONES SETECIENTOS SESENTA MIL PESOS 00/100 M.N.)
	Monto mínimo \$50'741,600.00 (CINCUENTA MILLONES SETECIENTOS CUARENTA Y UN MIL SEISCIENTOS PESOS 28/100 M.N.)

A) PROPUESTA DE HONORARIOS POR LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE CREATIVIDAD Y MARKETING DIGITAL: -----

CONCEPTO	SUBCONCEPTO	COSTO UNITARIO	IGUALA MENSUAL INTEGRADA
C.1.1. CREATIVIDAD	C.1.1.1. Estrategia y generación de conceptos creativos para campañas en el mercado nacional y otros de habla hispana.	\$80,000.00	\$300,000.00
	C.1.1.2. Producción de campañas, máster de comunicación y otros materiales creativos.	\$70,000.00	
	C.1.1.3. Arquitectura de Marca y/o actualización de Manuales de Marca.	\$30,000.00	
	C.1.1.4. Levantamientos de imagen y video.	\$40,000.00	
	C.1.1.5. Mantenimiento y clasificación del acervo de foto y video en medio digital.	\$20,000.00	
C.1.2. MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO	C.1.2.1. Diseño de estrategia y generación de contenidos para redes sociales y canales digitales en español.	\$15,000.00	
	C.1.2.2. <i>Community Management</i> para redes en español.	\$12,000.00	
	C.1.2.3. Escucha en redes sociales.	\$5,000.00	
	C.1.2.4. Generación y edición de contenidos para página <i>web</i> y <i>blogs</i> .	\$6,000.00	
	C.1.2.5. Programa de <i>e-mail Marketing</i> .	\$7,000.00	
	C.1.2.6. Material audiovisual y contenido especializado para segmentos de lujo y ultra lujo.	\$15,000.00	
SUBTOTAL			\$300,000.00
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)			\$48,000.00
TOTAL			\$348,000.00

B) PROPUESTA DE HONORARIOS POR LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS: -----

CONCEPTO	SUBCONCEPTO	PORCENTAJE
C.1.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS	C.1.3.1. Análisis pre-contratación de medios.	9.5% (NUEVE PUNTO CINCO POR CIENTO)
	C.1.3.2. Planeación.	
	C.1.3.3. Negociación.	
	C.1.3.4. Contratación de espacios comerciales en medios y pauta de posteo en redes sociales.	
	C.1.3.5. Socios comerciales y esfuerzos cooperativos.	
	C.1.3.6. Aprobación de materiales.	
	C.1.3.7. Ejecución y monitoreo.	

C) PROPUESTA DE INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO NACIONAL. -----







CONCEPTO	PRESUPUESTO	
	MÍNIMO	MÁXIMO
INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO NACIONAL (CONTRATACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES DE MEDIOS).	\$43'742,758.62	\$106'689,655.17
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)	\$6'998,841.37	\$17'070,344.83
TOTAL	\$50'741,600.00	\$123'760,000.00

Debido a lo expuesto, se procederá a su evaluación de conformidad con las Bases de la Licitación que nos ocupa, cuyo **Fallo** será dictado a las **12:30 horas** del día **28 de noviembre de 2025**, en la residencia oficial de este Fideicomiso. -----

No habiendo otro punto que tratar, el **C. Víctor Alejandro Téllez Campi**, en su carácter de Gerente Jurídico del Fideicomiso de Turismo de Los Cabos, da por terminado el Acto del Resultado del Dictamen Técnico de la Evaluación de la documentación de las Propuestas Técnicas y Apertura de la Propuesta Económica, siendo las 11:56 horas del día de su inicio, firmando al margen y al calce las personas que en ella intervinieron, previa su lectura y ratificación. Para todos los efectos legales a que haya lugar. -----

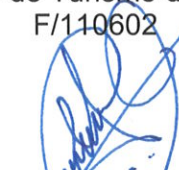
POR LA CONVOCANTE



C. Víctor Alejandro Téllez Campi
Gerente Jurídico del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/110602



C. Cecilia Ghiraldo Peart
Gerente de Mercadotecnia del Fideicomiso
de Turismo de Los Cabos
F/110602



C. Miguel Alberto Gamboa Osuna
Gerente de Medios Digitales del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/110602



C. Claudia Rubalcava Urias
Gerencia de Marca y Creatividad del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/110602



C. Alex Fernando Araujo De la Cruz
Gerente de Administración y Finanzas del
Fideicomiso de Turismo de Los Cabos
F/110602