

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 III. PROPUESTA ECONÓMICA
SERVICIO INTEGRAL DE MARKETING EN EL MERCADO DE NORTEAMÉRICA,
PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.

La inversión en un Plan de Trabajo calendarizado que integre las acciones de *marketing* en el mercado norteamericano, el cual deberá considerar el costo de los siguientes elementos que conforman el servicio, para el cumplimiento del objeto del contrato:

1. CREATIVIDAD.

- a) Estrategia de marca y generación de conceptos creativos para campañas en los mercados de Estados Unidos de América y Canadá.
- b) Producción de campañas, *master* de comunicación y otros materiales creativos para promoción del destino.
- c) Levantamiento de imagen y video.

2. MARKETING DIGITAL.

- a) Diseño de estrategia digital anual y generación de contenidos para redes sociales en inglés.
- b) *Community Management* para redes en inglés.
- c) Escucha en redes sociales.
- d) Personalización *Web* y *Chat-bot*.
- e) Generación y edición de contenidos para página *web* y *blogs*.
- f) Programa de *e-mail marketing*.

3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS.

- a) Análisis pre-contratación. Análisis de mercado y de la competencia.
- b) Planeación.
- c) Negociación.
- d) Contratación de espacios comerciales en medios.
- e) Socios comerciales y esfuerzos cooperativos.
- f) Aprobación de materiales.
- g) Ejecución y monitoreo.

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



Los viáticos y gastos del Licitante Ganador para la realización de las actividades previstas para el cumplimiento del objeto del contrato deberán estar identificados y aprobados por **FITURCA**, y deberán considerarse en el Plan de Trabajo, para lo cual se acordará una tarifa máxima por día de viáticos que no deberá exceder \$450.00 USD (CUATROCIENTOS CINCUENTA DÓLARES AMERICANOS 00/100 USD) diarios.

Para este procedimiento, las cantidades numéricas serán a 2 decimales.

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 **\$238'680,000.00 (DOSCIENTOS TREINTA Y OCHO MILLONES SEISCIENTOS OCHENTA MIL PESOS 00/100 M.N.)**, incluido el Impuesto al Valor Agregado (IVA), conforme a la estimación de presupuesto por el Comité Técnico de **FITURCA**.

Para tal efecto, los Licitantes deberán presentar su propuesta económica considerando un presupuesto 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 **Anexo II**, el cual no podrá representar un monto inferior al 40% del presupuesto máximo, sin que dicho monto exceda el presupuesto máximo referido en el párrafo anterior.

I. FORMATO DE PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA ECONÓMICA.

La propuesta económica deberá integrar de manera desglosada:

- I. El precio de los honorarios correspondientes a la prestación de los servicios de creatividad y marketing digital.
- II. El porcentaje de los emolumentos por la prestación de los servicios de planeación y compra de medios.
- III. La inversión en medios de acuerdo con el **Plan de Trabajo** a que se refiere el **Documento C** de la Propuesta Técnica.

Los importes deberán presentarse en pesos mexicanos considerando el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el cual deberá estar debidamente desglosado; para los efectos citados, esta deberá ser presentada apegándose al siguiente formato:

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

SERVICIO INTEGRAL DE MARKETING EN EL MERCADO DE NORTEAMÉRICA, PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.			
CONCEPTO	SUBCONCEPTO	COSTO UNITARIO	IGUALA MENSUAL INTEGRADA
C.1.1. CREATIVIDAD	C.1.1.1. Estrategia de marca y generación de conceptos creativos para campañas en los mercados de Estados Unidos de América y Canadá.		



SERVICIO INTEGRAL DE MARKETING EN EL MERCADO DE NORTEAMÉRICA, PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.			
CONCEPTO	SUBCONCEPTO	COSTO UNITARIO	IGUALA MENSUAL INTEGRADA
	C.1.1.2. Producción de campañas, <i>master</i> de comunicación y otros materiales creativos para promoción del destino.		\$ _____ (Con número y letra)
	C.1.1.3. Levantamientos de imagen y video.		
C.1.2. MARKETING DIGITAL	C.1.2.1. Diseño de estrategia digital anual y generación de contenidos para redes sociales en inglés.		
	C.1.2.2. <i>Community Management</i> para redes en inglés.		
	C.1.2.3. Escucha en redes sociales.		
	C.1.2.4. Personalización <i>Web</i> y <i>Chat-bot</i> .		
	C.1.2.5. Generación y edición de contenidos para página <i>web</i> y <i>blogs</i> .		
	C.1.2.6. Programa de <i>e-mail Marketing</i> .		
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)			
TOTAL			

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

SERVICIO INTEGRAL DE MARKETING EN EL MERCADO DE NORTEAMÉRICA, PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.		
CONCEPTO	SUBCONCEPTO	PORCENTAJE
C.1.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS	C.1.3.1. Análisis pre-contratación de medios. Análisis de mercado y de la competencia.	_____% (Con número y letra)
	C.1.3.2. Planeación.	
	C.1.3.3. Negociación.	
	C.1.3.4. Contratación de espacios comerciales en medios.	
	C.1.3.5. Socios comerciales y esfuerzos cooperativos.	
	C.1.3.6. Aprobación de materiales.	
	C.1.3.7. Ejecución y monitoreo.	

*NOTA: La propuesta de Honorarios por estos servicios se expresará en porcentaje.

C) PROPUESTA DE INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO DE NORTEAMÉRICA.

SERVICIO INTEGRAL DE MARKETING EN EL MERCADO DE NORTEAMÉRICA, PARA EL DESTINO LOS CABOS, BAJA CALIFORNIA SUR.		
CONCEPTO	PRESUPUESTO	
	MÍNIMO	MÁXIMO
INVERSIÓN PUBLICITARIA EN EL MERCADO DE NORTEAMÉRICA (CONTRATACIÓN DE ESPACIOS COMERCIALES EN MEDIOS).	\$ _____ (Con número y letra)	\$ _____ (Con número y letra)
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA)		
TOTAL		

La propuesta de inversión publicitaria podrá ser modificada durante la vigencia de la prestación de los servicios cuando así lo requiera **FITURCA** de acuerdo a la estrategia de promoción y publicidad del destino, así como, por situaciones supervinientes, de caso fortuito, fuerza mayor o a propuesta del licitante que resulte ganador con el fin de eficientar la inversión publicitaria o generar mejores oportunidades para la promoción del destino, por lo cual este monto únicamente se tomará como referencia, sin otorgársele puntuación en la evaluación.

No obstante, una vez adjudicado el contrato, deberá presentar la propuesta de Plan de Trabajo Modificado al Administrador del Contrato de **FITURCA**, con el objeto de ser evaluada y en su caso aprobada; lo anterior, en el entendido de que el licitante en ningún momento podrá modificar el precio del servicio ofertado, así como, el valor total del presupuesto asignado a la inversión publicitaria del mercado Norteamericano, de igual forma, el licitante que resulte ganador en ningún momento podrá ejecutar o realizar alguna acción que no se encuentre contenida o aprobada en el Plan de Trabajo correspondiente.

II. RESUMEN ECONÓMICO GLOBAL.

Creatividad y Marketing Digital	\$ _____
Planeación y Compra de Medios	_____ %
Inversión publicitaria en mercado de Norteamérica	Monto máximo \$ _____
	Monto mínimo \$ _____

III. CRITERIO DE ASIGNACIÓN DE PUNTOS DE LA PROPUESTA ECONÓMICA.

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

C.1.1. CREATIVIDAD.

C.1.1.1. Estrategia de marca y generación de conceptos creativos para campañas en los mercados de Estados Unidos de América y Canadá.

C.1.1.2. Producción de campañas, *master* de comunicación y otros materiales creativos para promoción del destino.

C.1.1.3. Levantamiento de imagen y video.

C.1.2. MARKETING DIGITAL Y CONTENIDO.

C.1.2.1. Diseño de estrategia digital anual y generación de contenidos para redes sociales en inglés.

C.1.2.2. *Community Management* para redes en inglés.

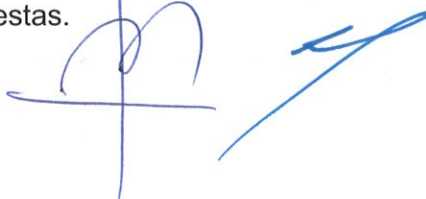
C.1.2.3. Escucha en redes sociales.

C.1.2.4. Personalización *Web* y *Chat-bot*.

C.1.2.5. Generación y edición de contenidos para página *web* y *blogs*.

C.1.2.6. Programa de *e-Mail marketing*.

Se asignarán **20 puntos** a la propuesta cuyos emolumentos (considerado del Impuesto al Valor Agregado) para la prestación de los servicios antes enlistados, represente el costo más bajo respecto de las demás propuestas.



Para las demás propuestas económicas se asignarán los puntos conforme a la siguiente fórmula:

$$\text{PPECyMD} = \text{MPemb} \times 20 / \text{MPi}$$

Donde:

PPECyMD: Puntuación o unidades porcentuales que corresponden a la Propuesta económica de los honorarios correspondientes a los servicios de creatividad y *marketing* digital.

MPemb: Monto de la Propuesta económica más baja.

MPi: Monto de la i-ésima Propuesta económica. (Monto de la propuesta económica sujeta a evaluación).

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

C.1.3. PLANEACIÓN Y COMPRA DE MEDIOS

C.1.3.1. Análisis pre-contratación. Análisis de mercado y de la competencia.

C.1.3.2. Planeación.

C.1.3.3. Negociación.

C.1.3.4. Contratación de espacios comerciales en medios.

C.1.3.5. Socios comerciales y esfuerzos cooperativos.

C.1.3.6. Aprobación de materiales.

C.1.3.7. Ejecución y monitoreo.

Se asignarán **30 puntos** a la propuesta cuyo porcentaje de remuneración correspondientes a los servicios de planeación y compra de medios, represente el costo total más bajo respecto a las demás propuestas presentadas por los licitantes.

Para las demás propuestas económicas se asignarán los puntos conforme a la siguiente fórmula:

$$\text{PPEPyCM} = \text{MPemb} \times 30 / \text{MPi}$$

Donde:

PPEPyCM: Puntuación o unidades porcentuales que corresponden a la Propuesta económica de los honorarios correspondientes a los servicios de planeación y compra de medios.

MPemb: Monto de la Propuesta económica más baja.

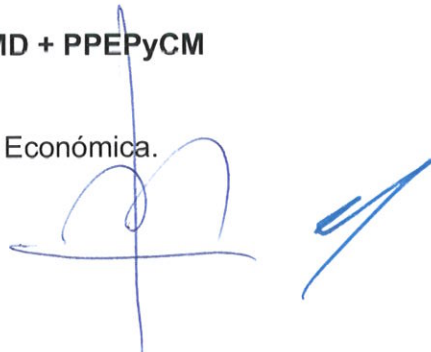
MPi: Monto de la i-ésima Propuesta económica.

Para calcular el resultado de la puntuación o unidades porcentuales totales que obtuvo la Propuesta Económica, la convocante aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{PPE} = \text{PPECyMD} + \text{PPEPyCM}$$

Donde:

PPET: Puntuación total asignada a la Propuesta Económica.



IV. PUNTUACIÓN FINAL DE LAS PROPUESTAS TÉCNICAS Y ECONÓMICAS.

Para calcular el resultado final de la puntuación o unidades porcentuales que obtuvo cada proposición, la convocante aplicará la siguiente fórmula:

$$PTj = TPT + PPE$$

Donde:

PTj = Puntuación o unidades porcentuales Totales de la proposición;

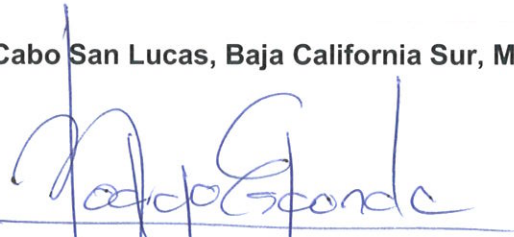
TPT = Total de Puntuación o unidades porcentuales asignados a la Propuesta Técnica;

PPE = Puntuación o unidades porcentuales asignados a la Propuesta Económica.

Rúbricas:

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